



Universidade de Aveiro
Ano 2017

Instituto Superior de Contabilidade e
Administração da Universidade de Aveiro

JOSÉ JOAQUIM VALENTE
FERREIRA DOS SANTOS

Perfil e Satisfação do Ecoturista na
Zona do Mussulo - Angola



Universidade de Aveiro
Ano 2017

Instituto Superior de Contabilidade e
Administração da Universidade de Aveiro

**JOSÉ JOAQUIM VALENTE
FERREIRA DOS SANTOS**

**Perfil e Satisfação do Ecoturista na
Zona do Mussulo - Angola**

Tese apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de mestre em Marketing, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Valentina Chkoniya, Professora Adjunta do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro

Dedicatória

Dedico este trabalho aos meus pais, à minha irmã e sobrinha, à avó que sempre me incentivou a lutar pelos objetivos, aos meus tios e primos que nunca duvidaram das minhas competências e aos meus avôs e avó no mais alto e iluminado esplendor, capazes de transmitir energia e força a este projeto de investigação.

o júri

presidente

Prof. Licenciado José Manuel de Almeida Lima Soares de Albergaria
Professor Adjunto da Universidade de Aveiro

Vogal – Arguente Principal

Prof.^a Doutora Ana Margarida de Lima Ferreira Carvalho Oliveira Juncker Madsen
Professora Assistente da Universidade Católica

Vogal – Orientadora

Prof.^a Doutora Valentina Alexandrovna Chkoniya
Professora Adjunta Convidada da Universidade de Aveiro

Agradecimentos

Agradeço a Deus e a muitas pessoas que me ajudaram a prosseguir este desafio:

Agradeço aos meus pais, irmã, sobrinha, tios, primos, avó.

À minha orientadora Professora Doutora Valentina Chkoniya pelo seu esforço e apoio incondicional em todos os momentos deste projeto de investigação.

Palavras-chave

Benefícios, ecoturismo, motivações, percepção, perfil, satisfação, sustentabilidade

Resumo

Angola detém uma ampla rede de áreas protegidas que englobam as mais variadas e incríveis paisagens: a selva tropical, planícies férteis, lagos, montanhas e o extenso e extravagante deserto do Namibe. Nestas condições, surge e cresce a apetência pelo ecoturismo. O número de praticantes de ecoturismo em Angola tem aumentado nos últimos tempos, representa um segmento do mercado turístico que procura paisagens naturais e almeja desfrutar da natureza no seu estado mais puro, sendo encarado como um tipo particular de turismo verde, capaz de retirar prazer dos ambientes naturais não contaminados. Denota-se uma preocupação, da parte dos turistas, na busca de restaurantes, bares, bungalows, selva tropical, planícies férteis, lagos, montanhas, o deserto do Namibe e também equipamentos de aluguer para a prática de desportos aquáticos. O Mussulo é uma área turística de excelência que congrega as condições ótimas para a prática do Ecoturismo: trata-se de um baixio formado pelos sedimentos do rio Cuanza, uma península com uma extensão atual de oito quilómetros, constituída, no seu interior, por três ilhas sendo a maior e mais conhecida a chamada ilha dos padres.

O Perfil e Satisfação do Ecoturista na Zona do Mussulo - Angola é o tema deste trabalho de dissertação de mestrado em Marketing. Após a revisão de literatura sobre sustentabilidade, turismo e ecoturismo, turismo em Angola e ecoturismo no Mussulo, constatamos que o saber disponível e o conhecimento específico sobre esta região necessitam ser aprofundados. Entendemos que, no contexto geral da problemática do turismo, é possível observar e confirmar os conceitos existentes por um lado e por outro trazer algum valor acrescentado, enriquecendo a informação sobre Ecoturismo no Mussulo.

Na impossibilidade de acompanhamento da evolução do ecoturismo no Mussulo, que só uma investigação longitudinal permitiria, optamos por um estudo transversal que, através de uma metodologia quantitativa centrada na utilização de questionários, permitisse definir o perfil do ecoturista no Mussulo, estudar as suas motivações e razões da opção por esta área e calcular os níveis de satisfação específica e global.

No capítulo das conclusões é apresentada uma relação detalhada dos resultados dos testes estatísticos, promovidos através do tratamento dos dados do inquérito, em SPSS (versão 25) e a consequente reflexão sobre os resultados obtidos em conformidade com as hipóteses apresentadas que se subordinaram às variáveis independentes género, profissão, habilitações e país de origem.

O nível de satisfação dos ecoturistas inquiridos situa-se entre o Bom e o Muito Bom, facto que permite perspetivar um futuro risonho para a evolução do ecoturismo na região do Mussulo.

Keywords

Benefits, ecotourism, motivations, perception, profile, satisfaction, sustainability

Abstract

Angola has a vast network of protected areas encompassing the most varied and incredible landscapes: the rainforest, fertile plains, lakes, mountains and the vast and extravagant Namib Desert. Under these conditions, the appetite for ecotourism arises and grows. The number of ecotourism practitioners in Angola has increased in recent times, it represents a segment of the tourist market that seeks natural landscapes and aims to enjoy nature in its purest state, being considered as a particular type of green tourism, able to draw pleasure from uncontaminated natural environments. There is a concern on the part of tourists in the search for restaurants, bars, bungalows, rainforest, fertile plains, lakes, mountains, the Namib Desert and also rental equipment for water sports. Mussulo is a tourist area of excellence that brings together the best conditions for the practice of Ecotourism: it is a lowland formed by the sediments of the Cuanza river, a peninsula with a current extension of eight kilometers, constituted by three islands being the largest and most well-known the island of the priests.

Ecotourist's profile and satisfaction in the Mussulo Zone – Angola is the theme of this master's thesis in Marketing. After reviewing the literature on sustainability, tourism and ecotourism, tourism in Angola and ecotourism in Mussulo, we find that the available knowledge and the specific knowledge about this region need to be deepened. We understand that in the general context of the tourism problem, it is possible to observe and confirm the existing concepts on the one hand and on the other hand to bring some added value, enriching the information on Ecotourism in Mussulo.

In the impossibility of monitoring the evolution of ecotourism in Mussulo, which only a longitudinal investigation would allow, we chose a transversal study that, through a quantitative methodology centered on the use of questionnaires, allowed to define the profile of the ecotourists in Mussulo, to study their motivations and reasons for choosing this area and calculating the levels of specific and overall satisfaction. In the conclusions chapter, a detailed list of the results of the statistical tests promoted by the treatment of the survey data in SPSS (version 25) is presented and the consequent reflection on the results obtained in accordance with the hypotheses presented that were subordinated to the independent variables gender, profession, qualifications and country of origin. The level of satisfaction of the surveyed ecotourists is between Good and Very Good, a fact that allows us to prospect a happy future for the evolution of ecotourism in the Mussulo region.

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABELAS	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
ÍNDICE DE IMAGENS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIV
SIGLAS UTILIZADAS	XV
1. INTRODUÇÃO	1
2. REVISÃO DA LITERATURA	6
2.1. Breve reflexão histórica sobre o turismo	6
2.2. Desenvolvimento turístico sustentável	8
2.3. Turismo, Conceitos e Abrangência.....	16
2.4. Angola na senda do Turismo.....	24
2.5. Mussulo, o mundo do Ecoturismo	31
3. METODOLOGIAS	38
3.1. Instrumento.....	38
3.2. Caraterização da Amostra.....	40
3.3. Tratamento dos dados.....	41
3.4. Resultados.....	42
4. CONCLUSÕES / RECOMENDAÇÕES.....	68
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71
ANEXOS	77
Anexo I – Questionário	78
Anexo II – Dados Estatísticos do Ministério de Hotelaria e Turismo, GEPE, SME	81
Anexo III – Tabelas de estatística.....	87

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Antigos visitantes e Atuais visitantes.....	11
Tabela 2 - Resumo dos impactos adversos do Turismo no ambiente natural	12
Tabela 3 – Indicadores e Medidas Específicas relativas à Sustentabilidade Ambiental	14
Tabela 4 - Campanha de Promoção Internacional da oferta Turística de Angola.....	26
Tabela 5 - Evolução comparativa do número de turistas	27
Tabela 6 - Chegadas de Turistas às fronteiras nacionais em 2015.....	28
Tabela 7 - Capacidade de quartos e camas em 2016	29
Tabela 8 - Chegadas de Turistas por sexo e principais motivos de viagens	30
Tabela 9 - Benefícios do Ecoturismo.....	33
Tabela 10 - % de Turistas no Mussulo e N.º de Turistas no Mussulo em valor.....	34
Tabela 11 - Motivação para o consumo do Ecoturismo	44
Tabela 12 - Razões para a prática do ecoturismo.....	45
Tabela 13 - Razões da escolha do Mussulo para o ecoturismo.....	46
Tabela 14 - Benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo.....	47
Tabela 15 - Fatores que satisfazem o turista na procura do Mussulo.....	49
Tabela 16 - Testes de KMO e Bartlett`s.....	50

Tabela 17 - Total Variance Explained	50
Tabela 18 - Pesos fatoriais	51
Tabela 19 - Fator 1 - Desporto	52
Tabela 20 - Fator 2 - Ambiente e sociedade	52
Tabela 21 - Motivação para o Ecoturismo - País Crosstabulation	55
Tabela 22 - Teste do Qui-Quadrado.....	56
Tabela 23 - Benefícios do Ecoturismo para o Mussulo - País de origem Crosstabulation	61
Tabela 24 - Teste do Qui-Quadrado.....	62
Tabela 25 - Anova (Sig).....	65
Tabela 26 - Tabela Anova (Sig.)	66
Tabela 27 - Profissão, Idade, Habilitações	69
Tabela 28 - Variação de chegadas de turistas por regiões no biénio 2014 a 2015	81
Tabela 29 - Variação de chegadas de turistas por regiões em 2015	82
Tabela 30 - Rede hoteleira e similar em funcionamento por província em 2015.....	82
Tabela 31 - Classificação da rede hoteleira por Província em 2015	83
Tabela 32 - Número total de turistas por província em 2015.....	84
Tabela 33 - Número total de turistas por província em 2016.....	85

Tabela 34 - Tabela do KMO e Análise Factorial	87
Tabela 35 - Alpha de Cronbach	87
Tabela 36 – Rotated Component Matrix	88
Tabela 37 – Reliability Statistics – Fator 1 - Desporto	88
Tabela 38 - Reliability Statistics – Fator 2 - Ambiente e Sociedade	88

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Relação da Média do Ambiente e Sociedade com a Idade_R.....	63
Gráfico 2 - Relação da Média do Desporto com a Profissão_R e do Ambiente e Sociedade com a Profissão_R	64
Gráfico 3 - Relação da Média do Desporto com as Habilitações e do Ambiente e Sociedade com as Habilitações	65
Gráfico 4 – Média do Desporto em relação ao País e do Ambiente e Sociedade em relação ao País	67
Gráfico 5 - Benefícios do Ecoturismo para o Mussulo	70
Gráfico 6 - Nível de Satisfação Global	71
Gráfico 7 - Percentagem de Chegadas de Turistas por Regiões em 2015	81
Gráfico 8 - Evolução do Número de Turistas em Angola por províncias em 2015-2016....	86

ÍNDICE DE IMAGENS

Imagem 1 - Mapa relativo ao Mussulo	4
Imagem 2 - Península do Mussulo	4
Imagem 3 – Mussulo.....	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - O ecoturismo no mercado turístico	17
Figura 2 - Pirâmide das Necessidades	22

SIGLAS UTILIZADAS

E&M	-	Estudos de Mercado
GEPE	-	Gabinete de Estudos de Planeamento e Estatística
IES	-	Abordagem Integrada do Ecossistema Humano
IDRC	-	International Development Research Centre
MHT	-	Ministério de Hotelaria e Turismo
OMT	-	Organização Mundial do Turismo
ONU	-	Organização das Nações Unidas
PIB	-	Produto Interno Bruto
PND	-	Plano Nacional de Desenvolvimento
SME	-	Serviços de Migração Estrangeiros
SPSS	-	Statistical Package for the Social Sciences
UICN	-	União Internacional para a Conservação da Natureza
UNEP	-	United Nations Environment Programme
WCED	-	World Commission on Environment and Development

1. INTRODUÇÃO

O turismo representa uma atividade económica singular na medida em que tem, no património natural e cultural, aquilo que se pode definir como matéria-prima, a qual sustenta a definição do produto turístico propriamente dito. Com base neste pressuposto basilar, os recursos naturais e culturais, não sendo exclusivos, são condição essencial para que um determinado território, província ou país se possa desenvolver e afirmar como destino turístico. Angola é um caso paradigmático: facilmente se identifica uma quantidade e diversidade de recursos que poderão constituir os referenciais estruturantes do seu desenvolvimento turístico. Sublinha-se a vasta linha de costa do país (existência de praias idílicas, a sua maioria ainda em estado puro/natural); a rede de parques nacionais (espaços naturais de enorme valor ambiental e paisagístico – fauna e flora); a diversidade do património cultural monumental (elementos icónicos da arquitetura com particular destaque para o património religioso), a cultura e a gastronomia identitária (verdadeiro património imaterial da humanidade); a notoriedade cosmopolita de Luanda coloca Angola no roteiro das cidades mais “excêntricas” do mundo. (Mendes, 2016)

Contudo a existência de recursos não é condição suficiente para que se crie e se desenvolva um destino turístico, pelo que importa integrar todo este “*hardware*”¹ com as atividades económicas que definem o “ecossistema do turismo” e que percorrem os sectores de alojamento turístico, de restauração e bebidas, dos transportes de passageiros, da distribuição turística e da animação turística, constituindo-se como uma espécie de “*software*”² deste sistema turístico. Em síntese, existe em Angola “matéria-prima” em abundância para se potenciar a importância turística, urgindo desenvolvê-la. As organizações institucionais angolanas ligadas diretamente ao setor do turismo conhecem profundamente a

¹ suporte físico

² programação

problemática e manifestam-se particularmente favoráveis à promoção do investimento, do empreendedorismo e da formação inteligente na área do turismo. (Mendes, 2016)

Qualquer proposta para o desenvolvimento das economias emergentes tem de ser observada segundo duas diferentes abordagens de gestão de recursos para o desenvolvimento: a abordagem clássica neoliberal onde os fatores económicos ocupam a primeira e prevalecte posição, seguindo-se as aspirações da comunidade – fatores sociais – e por último as questões ambientais; a segunda é uma abordagem integrada do Ecosistema Humano (IES), originalmente desenvolvida pela Comissão Internacional conjunta Canadá-EUA e desenvolvida pelo International Development Research Centre do Canadá em 2001, que respeita os princípios defendidos pela ONU no seu plano de Ação da Agenda 21 (UNEP, 1992). O conceito de ecossistema humano saudável destaca claramente a associação que os seres humanos fazem sobre as questões de saúde, saúde pública, e aplica-se ao ecossistema humano que inclui componentes económicas e sociais de importância equivalente; sendo sustentável, o desenvolvimento que vai ao encontro das necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades pode manter a sua organização, autonomia e garantir a regeneração (WCED, 1987). As áreas prioritárias para uma gestão integrada dos recursos do ecossistema são a economia, o meio ambiente e as questões sociais. Este núcleo permite três ações simultâneas: explorar a relação entre as diferentes componentes de um ecossistema, identificar os elementos mais determinantes da saúde pública e estimar o impacto da atividade humana sobre a sustentabilidade do ecossistema. Desta forma, as necessidades humanas são colocadas à frente e no centro das preocupações de desenvolvimento. Nesta ordem de ideias, aparece o conceito de turismo sustentável. Este é um tipo de turismo que tem em atenção as características das populações locais e meio ambiente (Butler, 1999). Para além disso desenvolve as suas atividades “de forma a minimizar os impactos ambientais e sociais negativos e a maximizar os positivos” (Sustentare, 2009). A Carta Mundial

de Turismo Sustentável de 1995 defende que “o desenvolvimento turístico deverá fundamentar-se em critérios de sustentabilidade, o que é dizer que deve ser suportável ecologicamente a longo prazo, economicamente viável e equitativo numa perspetiva ética e social para as comunidades locais” (Fernando, 2015).

O ecoturismo é um segmento da atividade turística que faz uso ou utiliza, de forma sustentável ou equilibrada, o património natural e cultural, incentivando a sua conservação e proteção, com uma consciência ambiental, através da interpretação do ambiente, impulsionando e promovendo o bem-estar das populações (Sativa, C; Capinga, G; Chita, 2013). Segundo Antunes (2012) há muitos anos que as pessoas praticam ecoturismo, mesmo quando o tema era ainda pouco conhecido, visitando áreas naturais protegidas e não classificadas, com a finalidade de descobrir, estudar e contemplar, não só a sua envolvente, mas também os seus “recursos naturais e culturais que incluem flora, solo, água, ar, fauna, seres humanos e as suas próprias inter-relações” (Caetano, Soares, Dias, & Gouveia, 2008).

O turismo de natureza veio concretizar e agrupar, num pacote legislativo, um aglomerado de ações isoladas que, de forma incipiente, começaram a surgir no domínio do aproveitamento dos recursos naturais, culturais, gastronómicos, entre outros, com fins turísticos. Obteve-se uma resposta crescente por uma procura de espaços naturais associados a paisagens fabulosas e por sítios diferentes, onde é possível passar férias e tempos livres de uma forma única (Burnay, 2006).

O Mussulo é uma região turística que congrega todas as virtudes atrás enumeradas mas que também sofre das vicissitudes referidas: tendo capacidades naturais ótimas, ainda é um destino semi-ignorado devido à parca oferta de produtos turísticos e à falta de investimento em infraestruturas. O Governo Angolano pretende criar as bases, incentivar, e promover as condições ideais para a prática do Ecoturismo nesta área. Está, desta forma, definido o nosso “Mercado Alvo”, de acordo com o conceito de Kotler (Kotler, P., 2006).

Imagem 1 - Mapa relativo ao Mussulo



Fonte: Imagem retirada através do Google Images

Imagem 2 - Península do Mussulo



Fonte: Imagem retirada através do Google Images

De acordo com o jornal digital Observador Lusa (2017), a “ilha” do Mussulo é, na prática, um banco de areia com 99 quilómetros de costa, ligado a terra; o acesso por carro é praticamente inacessível, somente de barco se realizam as viagens; conta atualmente com resorts de luxo, restaurantes, condomínios e várias praias.

A península abrange uma área de 3.355 hectares – excluem-se da intervenção deste plano as ilhas existentes nas águas interiores -, sendo 84% desse território formado por uma paisagem natural e apenas 16% de solo urbanizado. Segundo dados do levantamento feito, vivem no Mussulo 15.300 pessoas em residências permanentes e 3.700 em segundas residências.

A península tem 4 escolas, um quartel de bombeiros, dois centros de saúde e 200 camas em 8 resorts. Antes de nos espraarmos nas potencialidades do Mussulo para a prática do ecoturismo e aferirmos da situação atual, começamos este trabalho por uma breve resenha histórica acerca do turismo, seguindo-se a apresentação de alguns conceitos e noções introdutórias, que acompanham a revisão da literatura. O desenrolar desta abordagem e análise conduz à necessidade de explorar temáticas intrinsecamente ligadas ao turismo e ao desenvolvimento que entendemos por bem incorporar.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Breve reflexão histórica sobre o turismo

De acordo com Figueira, V; Dias (2011) o turismo teve início em Inglaterra no século XVIII e surgiu devido à necessidade de comercialização de produtos e matérias primas, estendendo os seus interesses e domínios à escala global. Contudo, já em anos anteriores se tinham destacado importantes movimentações de pessoas, em momentos históricos determinados, que embora de forma rigorosa não possam ser considerados como turismo, apresentaram imensas semelhanças. Um dos primeiros momentos a referir relaciona-se com as viagens a fontes termais - centros de atração de um fluxo incipiente de pessoas em busca da saúde perdida; estes centros eram famosos nas antigas civilizações, sendo muito populares no decurso do império Romano. Anos mais tarde, várias dessas fontes foram convertidas, após a cristianização, em sítios de peregrinação: ao longo de muitos séculos, foram as viagens a centros de peregrinação como Roma, Jerusalém ou Santiago de Compostela, destino onde se encontravam milhões de pessoas, a razão que permitiu criar infraestruturas para alojamento e alimentação dessas pessoas (Fernando, 2015).

Na segunda metade do século XIX, a maior parte das pessoas mais ou menos célebres viajavam por toda a Europa: convencionou-se e celebrizou-se o «Grand Tour» com uma duração de 3 anos. Na sequência, nasce o conceito do turismo, e pela primeira vez, designam-se por turistas as pessoas que viajam; a partir daqui, desenvolvem-se os transportes, a hotelaria e a restauração. Mais tarde surgem grandes hoteleiros, nomeadamente *Pullman e Ritz*, que ainda hoje persistem. Em 1883, século XIX, surge o primeiro documento sobre turismo. Assinala-se o início do turismo moderno.

Em 1841, *Thomas Cook* organiza uma viagem para 570 pessoas que iam participar num Congresso em *Longhborough*, Inglaterra. Foi o próprio Cook quem

tratou de todos os detalhes da viagem e, a título de curiosidade, sabe-se que foram oferecidos aos viajantes chá e pedaços de presunto, que era possível participar num jogo de *cricket* e também que era dada a oportunidade de dança ao som da música de uma banda que os acompanhou durante toda a viagem (Montejano, 1999). A atitude de Cook foi enaltecida. Esta iniciativa transformou as viagens num negócio. Cook criou uma empresa que oferecia pacotes de viagem e ainda circuitos turísticos para a classe média inglesa, contribuindo fortemente para a identidade de uma viagem completa: transporte, alojamento e atividades no local de destino. Posteriormente, este conceito foi adoptado em todo o mundo (Figueira, V; Dias, 2011).

Só nos últimos anos é que o turismo de massas se expandiu, em particular na América do Norte e na Europa, propagando-se mais tarde e gradualmente por quase todo o mundo (Sarmiento, 2015). Segundo J. Leonard, Lickorish, Carlson L. (2000), “o turismo de massas é um fenómeno típico do mundo desenvolvido gerado após a II Guerra Mundial” (pág. 19). Até à primeira Guerra Mundial, o turismo não era muito diferente do que se praticava até finais do séx. XIX. Após a I Grande Guerra, no decorrer do ano de 1920, assistiu-se a um crescimento notável dos fluxos turísticos, crescimento abortado pela crise económica de 1929, a grande depressão, que afetou as economias desenvolvidas e se agravou com a II Grande Guerra Mundial. O fim da Guerra representa o ponto de viragem nos altos e baixos relativos ao número de viajantes que se deslocavam pelo mundo, fica associado a um substancial e significativo incremento do fenómeno turístico. Este número crescente de turistas contabilizava-se, no ano de 1949, em 9 milhões; em 1973, a cifra multiplicou-se até aos 200 milhões; na década de 90, o montante atingiu os 500 milhões por ano (Fernando, 2015).

Hoje em dia, o turismo é, no setor dos serviços, uma importante alavanca global, sendo considerado como a atividade económica mais importante do mundo; constitui-se como fator determinante nos trilhos do desenvolvimento e crescimento de alguns países, regiões e localidades (Figueira, V; Dias, 2011). O *World Travel & Tourism Council* tem desempenhado a nível mundial, uma contribuição de 10% para o PIB e de 3% para a criação de emprego (Vieira, 2015). Um número

significativo de mais de mil milhões constitui a multidão dos turistas que no ano de 2014, utilizando os meios de transporte, nomeadamente avião e automóvel, visitaram um país, que não o da sua residência, participando em peregrinações, eventos desportivos, viagens de recreio ou em gozo de férias. Importa, por tudo isso, analisar o turismo e estudá-lo nas diferentes vertentes nomeadamente social, geográfica, económica e ambiental, enquadrado num modelo de desenvolvimento sustentável onde o uso dos recursos naturais para a satisfação de necessidades presentes não comprometa a satisfação das necessidades das gerações futuras.

2.2. Desenvolvimento turístico sustentável

O ser humano é o bem maior, a parte mais importante do meio ambiente: importa ser respeitado e educado para que, por seu lado, possa, ele também, respeitar a natureza. A questão social assume, nesta perspetiva, um papel central nas preocupações da sustentabilidade. A questão energética e económica constitui um segundo pilar, assumindo o papel de suporte básico das condições de vida das populações. O terceiro pilar assenta na questão ecológica e ambiental: a degradação do meio arrasta a degradação das condições de vida, a deterioração da economia e a incerteza do futuro (Brundtland, 1987).

A construção social das comunidades é muito complexa e diversa, sendo difícil conciliar os interesses e as questões de todos os agentes envolvidos no processo (Figueira, V; Dias, 2011). No que concerne à questão social, muito se tem falado e escrito sobre o impacto do turismo, sendo pacífico aceitar que a qualquer incremento turístico corresponde um aumento de receitas e consequente elevação do nível económico; que se assiste a um reforço da multiculturalidade; que, em última análise, este tem como resultado uma mudança total ou parcial, das atividades, produtos ou serviços prestados pela comunidade (Caetano et al., 2008). Contudo a sustentabilidade exige que as forças de mercado sejam moduladas para conceber planeamento de longo prazo, pelo menos durante uma geração; que os investimentos locais sejam protegidos para permitir a sua sobrevivência em

concorrência leal com o investimento estrangeiro que o crescimento esteja subordinado a preocupações sociais e ambientais (Daly, 1993). Releva-se a preocupação das empresas do sector turístico que ambicionam ser sustentáveis: “devem procurar maximizar a riqueza gerada e distribuída por todas as partes interessadas, respeitando sempre o equilíbrio ambiental e social, indo ao encontro dos interesses de todos os “*stakeholders*”³ (Sustentare, 2009).

A questão energética e económica é primordial num modelo de desenvolvimento que assente na maximização do lucro, esquecendo os custos reais; um modelo que almeje a maximização do retorno a curto prazo sobre o investimento realizado e promova o crescimento contínuo em que o processo de produção, com poucas preocupações de ordem social ou ambiental, é perspectivado como a solução de todos os problemas económicos, sociais e ambientais (Daly, 1993). Já num modelo de desenvolvimento económico sustentável, o fator económico não é o principal motor de desenvolvimento, é considerado em paralelo e simultaneamente com os fatores sociais e ambientais.

Ao longo das últimas décadas têm surgido alterações no posicionamento das sociedades perante o ambiente, fruto da «tomada de consciência» do problema, dum conhecimento mais aprofundado do tema e ainda da participação pública. Esta «tomada de consciência» face ao ambiente originou o reposicionamento dos agentes económicos, que adotaram medidas preventivas em detrimento de uma atitude corretiva, com vista ao desenvolvimento sustentável e consequentemente à gestão ambiental. Esta consciência ganhou forma assim que se começou a falar e a perceber o real significado das catástrofes que podiam assolar o planeta em que se vive. A partir deste momento originaram-se termos novos na área da gestão, tais como o marketing ambiental, responsabilidade social, desenvolvimento sustentável, marketing sustentável, entre outros. A sustentabilidade é um conceito crucial porque tem implicações na sobrevivência dos demais, influenciando a mentalidade do consumidor e a forma como ele convive com o ambiente económico, social e

³ partes interessadas

com o ecossistema que o rodeia. Como exemplo disso o Marketing de consciência mostra-nos que o Marketing ambiental reivindica responsabilidade, comprometimento, transparência e capacidade de ação (Caetano et al., 2008). Ainda segundo os mesmos autores, o desenvolvimento sustentável está relacionado com diversos aspetos das nossas vidas: fatores sociais, consumidor versus consumo, mundo agrícola, conservação da fauna e flora, habitações, cuidados de saúde, alimentação, sistemas de transporte público mais eficazes e muitos outros aspetos, embora o mais importante resulta do facto dos consumidores terem a perceção de que vivemos num mundo global, em que os hábitos de sustentabilidade deverão ser uma prioridade para o bem-estar de todos. Por essa razão os consumidores deverão ser os primeiros a alterar os hábitos de consumo, isto é, importa inverter, com a participação e compreensão de todos, a «cultura» de consumo atual.

“Embora o turismo seja visto por muita gente como tendo apenas impactos negativos no ambiente físico, a relação entre os dois é multifacetada” (Mayer-Arendt, 2004). Há autores que indicam ou referem que, para além de ser possível estabelecer uma relação simbólica entre visitantes e ambientes naturais, essa relação poderá proporcionar benefícios para ambas as partes (Mathieson, A., & Wall, 1982); (Romeril, 1985). Segundo Mayer-Arendt (2004) interessa considerar a relação entre o visitante e o ambiente, pois tanto depende do tipo de turismo, como do tipo de visitante, sendo que, relativamente ao tipo de visitante, a componente sociocultural é significativamente influente (Mathieson, A., & Wall, 1982); (Mowforth, M., & Munt, 1998).

O turista atual difere do visitante do passado, como se descreve na seguinte tabela (1):

Tabela 1 - Antigos visitantes e Atuais visitantes

Antigos visitantes	Atuais visitantes
Procura do Sol	Experimentar algo diferente;
Seguir as massas	Querer estar no comando
Hoje aqui, amanhã noutro lado	Ver e desfrutar, sem destruir;
Apenas para mostrar que se esteve lá;	Apenas pelo gozo;
Possuir	Ser
Superioridade	Compreensão
O gosto das atrações	O gosto pelos desportos
A prudência	Aventureiros
Comer na sala de jantar do hotel	Experimentar a comida local
Homogêneos	Híbridos

Fonte: Poon, 1993

Os atuais visitantes são descritos como aqueles que focam o viajar, utilizando-o para desfrutar do meio ambiente e, ao mesmo tempo, ter em consideração a integridade das comunidades locais, procurando novas experiências de descoberta (Poon, 1993). Constata-se também a sua crescente responsabilidade ética para com a conservação da natureza, e uma cada vez maior consciencialização para as

questões associadas à sustentabilidade, bem como o respeito pelos princípios do turismo sustentável (Kellert, 1993).

A classificação dos complexos e variados impactos que o turismo gera no ambiente é apresentada na tabela seguinte, onde se detalham três importantes dimensões: pressão sobre os recursos naturais, danos para a vida selvagem/habitat, perda da biodiversidade e a poluição (Wong, 2004).

Tabela 2 - Resumo dos impactos adversos do Turismo no ambiente natural

Pressão sobre os recursos naturais	Danos à vida selvagem / habitat e perda da biodiversidade	Poluição
Esgotamento de energia	Pisoteamento e remoção da vegetação	Poluição do ar
Abastecimento de água	Perda de cobertura florestal	Água de esgoto não tratada
Uso da terra	Perturbação da vida selvagem	Resíduos sólidos e lixo
Erosão do solo	Danos nos recifes de coral	Poluição sonora
	Danos para espécies	

Fonte: Wong, 2004

A maioria dos impactos ambientais manifesta-se lentamente e de forma cumulativa, apenas se evidenciando no longo prazo (Holden, 2008). No entanto, autores como Cohen (1978) identificam como possíveis fatores que influenciam os impactos ambientais causados pelo turismo a intensidade da utilização e do desenvolvimento do local turístico, a resiliência do ecossistema, a perspectiva temporal do promotor turístico, o carácter transformacional do desenvolvimento turístico.

Os autores Dias (2003) e L.- Cunha (2003) entendem que por via do turismo é possível melhorar as condições ambientais e contribuir para a conservação do meio ambiente. Há casos de sucesso, a nível local, que refletem contínuas melhorias do meio ambiente Suzuki, D., & Dressel (2002), referentes a aumentos da qualidade

da água e do ar, renovação de reservas piscícolas, e de casos extremos de recuperação de espécies de fauna e flora em risco de extinção. A informação e a educação ambiental cumprem um papel determinante junto dos visitantes, bem como também junto da população: importa tirar proveito do património existente, conservando-o, não descurando a imposição de limites sustentáveis de proteção e conservação das atrações naturais (Lindberg, 1991).

A conceptualização da relação turista-ambiente natural tem sido tentada ao longo dos anos, no entanto, nenhum dos modelos desenvolvidos foi capaz de representar com sucesso todos os aspectos desta complexa relação, devido à vasta gama de motivações para destinos turísticos similares, o que torna difícil resumir os dados em matrizes e modelos conceptuais. O número de modelos actuais que incorporam componentes ambientais mantêm-se bastante escassos (Mayer-Arendt, 2004).

Contudo é possível, após a explicação do enfoque sobre o desenvolvimento sustentável, elaborar uma tabela (3) com um conjunto de indicadores chave fundamentais para avaliar a sustentabilidade de um destino turístico bem como as medidas específicas a ter em conta para cada caso:

Tabela 3 – Indicadores e Medidas Específicas relativas à Sustentabilidade Ambiental

Indicadores	Medidas Específicas
1. Proteção do lugar	Categoria de proteção do lugar segundo o índice da União Internacional para a proteção da Natureza e seus recursos - UICN
2. Pressão	Número de visitantes do local (por ano/mês de afluência máxima)
3. Intensidade do uso	Número de visitantes na época alta
4. Impacto social	Relação entre visitantes e residentes (na época alta e ao longo tempo)
5. Controlo do desenvolvimento	Existência de procedimentos de fiscalização ambiental e controlo do desenvolvimento turístico
6. Gestão de resíduos	Percentagem de águas residuais do lugar (entre outros indicadores pode-se incluir, igualmente, as infraestruturas)
7. Processo de planificação	Existência de um plano metódico organizado para a região /destino turístico (com a inclusão dos componentes turísticos)
8. Ecossistemas críticos	Números de espécies raras/em perigo
9. Satisfação do turista	Nível de satisfação dos visitantes (baseado em entrevistas)
10. Satisfação da população local	Nível de satisfação da população local (baseado em entrevistas)
Índices Compostos	
Indicadores	Medidas Específicas
A Capacidade de carga	Medida para fins de alarme antecipado, relativa aos fatores-chave que afectam a capacidade de lugar para suportar diferentes níveis de turismo.
B Pressão sobre o lugar	Medida dos níveis de impacto sobre o lugar (seus atributos naturais e culturais devido ao turismo e outras pressões acumulativas do setor).
C Atração	Avaliação qualitativa dos atributos do lugar que o tornam atrativo para o turismo e que podem mudar com o tempo

Fonte: (WTO, 1994), citado por (Dias, 2003)

“Os exemplos locais e destinos turísticos que satisfazem um nível demonstrável de desenvolvimento sustentável são relativamente raros e provavelmente inexistentes”, como afirma (Weaver, 2004). Contudo estes trabalhos de monitorização e análise de informação, que começam a ser institucionalizados, indiciam a vontade de se caminhar no sentido da desejável sustentabilidade do turismo.

Não esquecendo da visão de outros especialistas na matéria, tais como os instrumentos da política ambiental, podendo estes agrupar-se em cinco grandes dimensões, nomeadamente:

a) Gestão de recursos e de resíduos: com o objetivo de incrementar a eficácia e eficiência da gestão de recursos de forma a poder diminuir o consumo de matérias primas necessárias para a produção de novos produtos, prestando assim serviços de qualidade. A gestão de resíduos, por sua vez procura minimizar, em quantidade e em impacto, os resíduos gerados pela produção.

b) Políticas de inovação ambiental: surgem associadas à investigação e desenvolvimento para encontrar formas de produção ou produtos menos prejudiciais ou nocivos para o meio ambiente.

c) Medidas capazes de promover a existência de mercados mais verdes, isto é, mercados em que o consumidor procura produtos mais verdes e mais «amigos do ambiente».

d) Gestão de informação – um complemento fundamental, pois a difusão da informação ambiental dos produtores ao consumidor final é imprescindível, sob pena de uma política integrada de produto ser ineficaz, caso não haja uma gestão de informação ambiental que alcance os seus objetivos de divulgação/educação.

e) O sistema de atribuição de responsabilidades da produção – deve ser repartido e estender-se ao longo de todo o ciclo de vida do produto. Isto implica a atribuição das responsabilidades legais e financeiras dos impactos ambientais e do produto (Paiva & Proença, 2011).

Na atualidade promove-se a compreensão da existência e a importância da interdependência económica, política, social e ecológica da sociedade,

proporcionando a todos os indivíduos a possibilidade de obter ou adquirir conhecimentos; refere-se também o sentido dos valores, o interesse ativo e as atitudes necessárias para se proteger e melhorar a qualidade ambiental, interiorizando e induzindo novas formas de conduta nas pessoas, grupos sociais e na sociedade global, tornando-a apta a agir em busca de soluções e alternativas, visando resolver os problemas ambientais, como forma da elevação da sua qualidade de vida (Dias, 2003).

O Marketing 3.0, procurando não só vender o produto da melhor maneira possível, mas também tornar o mundo num local melhor, corporiza a resposta a dar ao desenvolvimento que se deseja sustentável para o Mundo (Kotler, P., 2006).

2.3. Turismo, Conceitos e Abrangência

O ser humano sempre se movimentou pelo planeta: ao deslocar-se, realiza sonhos, encontra o desconhecido, rompe ou quebra fronteiras, busca coisas novas. O turismo é um conceito relativamente recente HINTZE (2007): só a partir do século XIX se utiliza o termo para identificar estas movimentações de pessoas. No ano de 1937, a Sociedade das Nações descrevia um turista como sendo “toda a pessoa que viaja por uma duração de 24 horas, ou mais, para um país diferente da sua residência” (L. Cunha, 1997).

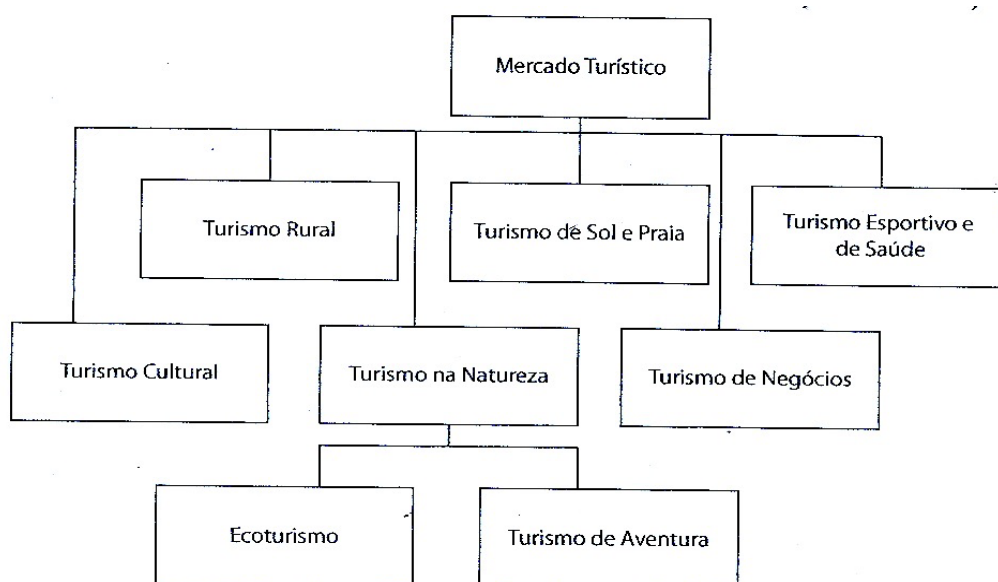
O mercado turístico, segundo Pires (2002), é composto por todas as empresas que oferecem os seus produtos e serviços de agentes de viagens, hotéis, empresas de restauração, habitantes de destino e infraestruturas utilizadas pelos turistas. O mercado turístico, na sua versão atual, engloba grandes vertentes:

Turismo Rural - em conformidade com o artigo 5.º do Decreto-Lei 54/2002 de 11 de Março, (2002), Turismo Rural é um serviço de hospedagem de natureza familiar prestado em casas rústicas particulares que pela sua traça, materiais construtivos e demais características, se integram na arquitetura típica regional. As casas em pedra, ou casas em xisto são representativas do turismo rural.

Turismo de Sol e Praia – segundo os autores Serpa et al (2008), o Turismo de Sol e Praia engloba um grupo de atividades turísticas relacionadas com a recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.

Turismo Desportivo e de Saúde - De acordo com Carvalho; Lourenço (2009), o turismo de desporto e saúde comporta atividades onde as áreas do desporto e saúde se tornam relevantes.

Figura 1 - O ecoturismo no mercado turístico



Fonte: Pires (2002)

Turismo Cultural - o turismo cultural significa um movimento de pessoas em direção às atrações culturais, fora do seu local de residência com a intenção de reunir novas informações e experiências de forma a satisfazer as suas necessidades culturais (Richard, 2007). Já Silberberg (1995) vai mais longe e define este tipo de turismo como visitas de pessoas que se apresentam fora da comunidade de acolhimento, motivadas totalmente ou em parte pelo interesse

cultural e histórico, científico, pelo “*Lifestyle*” ou pelo património oferecido por uma comunidade, região, grupo ou instituição.

Turismo na Natureza - Segundo Santos, C e Cabral (2005), Cater (1994) e Dowling, R.L. Moore, S, A e Newsome (2013), o turismo de Natureza é um conceito bastante abrangente, enquadrando-se no conjunto de várias modalidades, segmentos de hospedagem, de atividades e serviços complementares de animação ambiental, que permitem contemplar e desfrutar o património natural, arquitetónico, paisagístico e cultural, consubstanciando um produto turístico integrado e diversificado.

Turismo de Negócios - com base em Dominguez (s.d.), o turismo de negócios diz respeito às reuniões de negócios e assistência em férias: o turista vincula-se através do conhecimento geral do destino e dos recursos naturais, adquirindo produtos tradicionais, entre outras atividades.

Ecoturismo – na visão de Pires (2002), corroborada por Ramos (2005), o ecoturismo compreende um conjunto de práticas de educação ambiental, havendo um maior interesse por cultura, paisagens e interpretação do ambiente, passando pela observação das características naturais e dos recursos ambientais.

Turismo de Aventura – segundo Ramos (2005), tal como na visão de Pires (2002), o turismo de aventura é aquele que busca ambientes remotos para a sua prática, havendo uma maior incerteza relativamente aos resultados dos programas; simboliza o exercício físico e a experimentação de situações desafiadoras no ambiente natural em áreas remotas ou de difícil acesso.

O sistema turístico assenta em três elementos básicos que desempenham um papel fundamental: o turista, o produto turístico e o destino turístico.

Em primeiro lugar o turista é efetivamente o protagonista, aquele que ocupa o lugar central. De acordo com Fernando (2015), turista é todo aquele que viaja para um lugar, que não é a sua residência fixa, nele permanecendo mais de 24 horas, em busca de prazer e do gozo do ócio, por motivos familiares ou de saúde; aquele que comparece em reuniões e congressos, torneios desportivos, entre outros; as pessoas que viajam por motivos de negócios, estudantes e jovens alojados noutros países que não são os seus, assim como os viajantes de cruzeiros marítimos. Num

sentido mais amplo, o turista pode ser definido como alguém que viaja para locais diferentes do seu local habitual de residência, por um período de tempo determinado, com o objetivo de viver um conjunto de experiências, impulsionado ou motivado para satisfazer um determinado tipo de necessidades (Mill, Robert C, 1985);(Krippendorf, 1987);(Plog, 1991). Assim, há elementos a reter: o turista sai do seu recanto, desloca-se, “viaja”, escapa-se, foge ao cotidiano, conhece novas gentes e novos mundos, mistura-se, socializa, descansa; trata-se efetivamente de uma atividade de lazer, em oposição direta com o mundo do trabalho organizado, remunerado ou não remunerado. Envolve um movimento de “casa” para “fora”, viagens para lugares onde se fica e não onde se vive, sendo a estadia temporária com a clara intenção de voltar a casa e ao trabalho; a experiência do turista é completamente diferente do dia-a-dia em relação a pelo menos um dos seguintes aspetos: localização, paisagem e experiência sensorial.

O produto turístico, segundo Boullon (1990), entende-se como sendo um termo usado para classificar a classe de serviços capaz de formar a oferta turística; divide-se o produto turístico em componente primária, integrada pelos atrativos turísticos, ou seja, a matéria-prima do turismo e ainda a componente derivada, que se refere aos serviços de alojamento, alimentação e transporte, acrescentando outros complementares, tais como o serviço de informação e de câmbio. Segundo (Cunha, 2001), os produtos turísticos são aqueles que permitem avaliar a adequação da oferta existente, tendo por base as motivações da procura, obtendo o sucesso do destino, que depende da capacidade de dar resposta às motivações diversificadas através de oferta equilibrada. Muitos são os fatores e atributos considerados pelos turistas na escolha de um destino para o seu divertimento. O clima é provavelmente um fator essencial no momento da escolha: importam as épocas do ano e as temperaturas médias associadas, as amplitudes térmicas, o número de dias com chuva que podem ou não coincidir com a época turística alta e consequente dificuldade de alojamento. O Serviço Turístico, nomeadamente o alojamento e a restauração possibilitam a realização de grandes eventos (ex.: caminhadas em grupo) (Vieira, 2015). Os atributos passam pela disponibilidade e pela qualidade em função dos participantes, do seu poder de compra e da sua motivação. A

existência de profissionais da “*events industry*”⁴ cuja permanência é vital, constitui um fator determinante para a escolha de um destino a que se associa a qualidade como principal atributo. Os Transportes e Deslocações são cruciais quando se pensa na dimensão do número de potenciais turistas ou ecoturistas, sendo que a logística de transportes privados reside sobretudo em dois aspetos: a acessibilidade aérea e terrestre e a mobilidade no terreno. Em eventos internacionais, sobretudo se realizados em destinos periféricos, a acessibilidade aérea/terrestre é fundamental; o grau de isolamento do destino e do local turístico relativamente à área circundante, pode ser avaliado pela existência ou não de transportes públicos; contudo a mobilidade pode ser feita por outros meios, através da via marítima (barcos) ou pela via terrestre (automóvel) (Vieira, 2015). A Segurança e Proteção (*security and safety*)⁵ assume real importância nos dias que correm, exige-se quer a segurança do local, quer a segurança pessoal ou de grupos. A ausência de riscos é um objetivo, devendo ser considerados possíveis desastres naturais, boicotes ao espaço, terrorismo. O nível de preços determina a procura e induz a estratificação seletiva dos turistas em função da sua disponibilidade económica para fazer face aos vários serviços disponibilizados e usufruídos.

A diversificação da oferta turística é uma mais-valia na medida em que alarga o leque de opções do visitante, permitindo-lhe inclusivamente a possibilidade de realizar compras convenientes ou do seu agrado. Por último, os testemunhos de que resulta, normalmente, a boa reputação de um destino e que constituem um fator determinante no momento da escolha (Vieira, 2015).

O destino turístico é o espaço onde ocorrem os elementos mais significativos do sistema, o local onde afluem os turistas, onde se encontram as atrações e todas as instalações de apoio que o visitante necessita (Cooper et al, 2001). De acordo com Moniz (2006), o turismo é uma atividade que pressupõe a prestação de um serviço ao cliente num determinado espaço geográfico – destino turístico – sendo

⁴ Indústria de Eventos

⁵ Segurança

que não é o produto que vai de encontro ao consumidor, mas é o próprio consumidor que se desloca para o consumir num determinado espaço físico. Impõe-se analisar o que cada destino turístico oferece, em termos da sua oferta original e derivada, a forma como se gerem todos esses recursos, bem como a capacidade que as organizações públicas e privadas têm de criação de parcerias e de inovação, sem que com isso se perca a integridade cultural do espaço, a diversidade dos processos biológicos e os sistemas de suporte de vida. Ao fim e ao cabo, importa satisfazer as necessidades dos turistas de hoje sem comprometer o modo de vida das comunidades, procurando as oportunidades e os desafios da melhoria da qualidade de vida das populações (Figueira, V; Dias, 2011).

Face a toda a panóplia de destinos turísticos publicitados, basta visitar uma qualquer agência de viagens em qualquer parte do mundo, acreditamos que o destino turístico, correspondendo a um espaço geográfico específico, depende basicamente da motivação dos visitantes, das suas capacidades e posses. Sendo o turismo uma vivência individual tão complexa como a pessoa humana, a escolha do destino turístico está subordinada a essa mesma aleatoriedade.

Para Kotler, P. (2006) o Marketing envolve a identificação e satisfação das necessidades humanas e sociais. Esses são aspetos fundamentais no âmbito do desenvolvimento turístico sustentável.

Através de Mill, Robert C (1985) é possível compreender que a motivação implica uma ação em que o indivíduo quer ou precisa satisfazer uma determinada necessidade. As expectativas e a satisfação das necessidades constituem o *background* da motivação. O autor Mill, Robert C (1985) procurou estabelecer uma ligação directa entre necessidades e motivações turísticas através da Teoria de Maslow (Figura 2 – Pirâmide de Maslow). Esta pirâmide, a seguir apresentada escalona, por ordem crescente, as diversas necessidades a satisfazer: Básicas (fisiológicas), Segurança, Sociais, Reconhecimento (estima) e Realização. As necessidades começam a ser satisfeitas desde a base até ao topo: só se atinge o patamar seguinte quando as necessidades anteriores estão satisfeitas.

Figura 2 - Pirâmide das Necessidades



Fonte: Pires (2002)

Qualquer que seja o indivíduo, em primeiro lugar satisfaz uma necessidade básica, elementar ou prioritária – encontra o local para se instalar e o restaurante para comer, etc.; depois disso avalia o nível de segurança face ao meio envolvente; se seguro, então, posteriormente envolve-se com os outros que estão à sua volta, socializa; mais tarde requer acolhimento por parte do grupo onde vai ser integrado; no final de todo o processo espera sentir-se realizado, ou seja, que a sua satisfação esteja finalmente preenchida (Pires, 2002).

Os principais motivos que levam alguém a efectuar uma viagem ou uma visita no domínio turístico relacionam-se com os seguintes motivos a saber: turismo de férias, quando se refere a férias e divertimento; turismo de negócios sempre que se faz referência a negócios; turismo de saúde e bem estar, sempre que se associa às atividades de relaxamento, repouso e recuperação do bem estar físico e psíquico; e ainda os serviços associados a atividades ou motivos de carácter profissional (Sativa, C; Capinga, G; Chita 2013).

Numa outra perspetiva ligada à organização de eventos, a natureza dessas motivações fica assim catalogada: - Lazer e ocupação dos tempos livres: eventos de natureza lúdica, como por exemplo os eventos desportivos;

- Económica: eventos empresariais ou *corporate*⁶ como eventos para formação, feiras, exposições e convenções; - Cultural: eventos culturais, tais como concertos e festivais de música, de cinema ou de qualquer outra manifestação artística; - Política: eventos como uma conferência de ministros Europeus ou um congresso partidário; — Religiosa: eventos, como por exemplo peregrinações a Fátima, a Meca, Roma ou a Jerusalém, ou ainda qualquer outro destino turístico religioso; - Social: eventos como os congressos associativos em que o contacto com outros participantes é fundamental (Vieira, 2015).

Um dos elementos fundamentais da motivação turística centra-se na curiosidade, capaz de levar as pessoas às baleias no mar em várias regiões do mundo, fotografar a vida selvagem no continente africano, experimentar comidas exóticas; existem outras vivências, noutros continentes, tais como escalar os montes nos Himalaias, nos Alpes ou nos Andes, descer os rápidos rios com maior caudal, a prática do *surf* nas praias do Havai, Polinésia, ou mesmo no Rio de Janeiro (Figueira, V; Dias, 2011). São de facto imensos os atractivos que levam milhões de pessoas a deslocar-se: movimentam diversas atividades económicas, produzem e consomem inúmeros recursos financeiros e, em consequência, criam-se postos de trabalho. São estes elementos que tornam o turismo um fenómeno económico de inesgotável interesse.

As estatísticas da OMT revelam que o turismo internacional cresceu de pouco mais de um milhão de turistas em 1959 para mais de um bilião em 2014.

⁶ Corporativo ou Empresarial

2.4. Angola na senda do Turismo

O sector do turismo em Angola é balizado por três instrumentos fundamentais: o Plano Diretor do Turismo, aprovado em 2011; (PND) o Plano Nacional de Desenvolvimento 2013-2017 e o Plano Operativo do Turismo 2016-2017. Estes deverão garantir a saída da crise e a participação direta do sector turístico na diversificação da economia nacional, como afirmou o Ministro da Hotelaria e Turismo, em entrevista à revista E&M em que reconheceu que a atual contribuição do turismo para o PIB (Produto Interno Bruto) ainda é residual. Acrescentou que o desenvolvimento depende, em grande medida, do estímulo ou impulso de outros sectores económicos ou sociais, já que se trata de uma atividade transversal, mas, segundo o ministro, se ocorrer o desenvolvimento expectável, será possível Angola aproximar-se das metas planeadas em 2011, em que o objetivo do mercado do turismo interno consiste em atingir mais de 4.000.000 de turistas em Angola até 2020, sendo 60% nacionais (E&M, 2016).

Ao longo dos mais de quarenta anos de independência de Angola, tem-se assistido a um fraco ou reduzido crescimento do turismo no país (Kabenda, 2016). O conflito armado em que o país viveu, levou ou conduziu a uma percepção de incerteza dos clientes (turistas), de falta de segurança; ora a paz é uma certeza *sine qua non* para a indústria turística. Sendo enorme o potencial turístico, na medida em que a dimensão de Angola é composta por 1. 246,700 quilómetros quadrados e uma linha marítima com cerca de 1600 quilómetros, ao longo da qual existem inúmeras praias e baías adequadas e excelentes para a prática desportiva e para instalações de praias balneares, a sua concretização operacional exige investimento, para que Angola possa competir com outros países que lhe estão próximos, entrando na rota dos turistas internacionais (Kabenda, 2016).

As bases legais sobre as quais se torna possível aceder ao mercado da atividade turística estão traçadas na Lei Geral do Turismo n.º 9/15 de Junho (2015) que, ao definir os parâmetros, alicerça as bases do crescimento e desenvolvimento deste setor. No artº 3º, alínea k, o “produto turístico consiste num conjunto de bens, atrativos e serviços prestados ao turista, designadamente transporte, alojamento,

alimentação, atividades de lazer, fauna bravia, paisagens, locais e sítios de valores históricos”; a alínea l) define “recursos turísticos” como bens que, pelas suas características naturais, culturais ou recreativas, tenham a capacidade de motivar visitas e fruição turísticas; na alínea m) o serviço de “restauração e bebidas” pressupõe uma atividade destinada a proporcionar, mediante remuneração, refeições e/ou bebidas, podendo oferecer no mesmo espaço espetáculos de variedades ou dança; e na alínea n) o “transporte turístico” é definido como uma atividade devidamente licenciada que se destina a transportar turistas ou consumidores de produtos e/ou serviços turísticos de um local para o outro.

Ainda no âmbito desta lei, no artº 3º, se pode observar a relevância atribuída ao turismo dito alternativo: “Turismo de Habitação”, “Turismo Rural” e “Turismo de Natureza”. O “Turismo de Habitação” designa uma atividade desenvolvida através do recurso a estabelecimentos de natureza familiares, instalados em imóveis antigos particulares que, pelo seu valor arquitetónico, histórico ou artístico, sejam representativos de uma determinada época, tais como palácios, solares, podendo localizar-se em espaços rurais ou urbanos. O “Turismo Rural”, designa a oferta de um produto turístico completo e diversificado no espaço rural. O “Turismo de Natureza” designa uma atividade prestadora de serviços de alojamento a turistas em áreas classificadas ou outras áreas com valores naturais, dispondo para o seu funcionamento de um adequado conjunto de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares relacionados com a animação ambiental, a visitação de áreas naturais, o desporto de natureza e a interpretação ambiental.

O Governo tem trabalhado no sentido de atrair para Angola *players*⁷ internacionais de turismo, assumindo uma opção clara pelo turismo como motor de desenvolvimento económico de várias regiões do país.

Neste sentido, o Ministério da Hotelaria e Turismo de Angola desenvolveu uma campanha de promoção internacional, “Oferta Turística de Angola”, capaz de dividir a oferta turística angolana em 6 grandes macro produtos.

⁷ Concorrentes

Tabela 4 - Campanha de Promoção Internacional da oferta Turística de Angola

[

Localização do Produto	Características do Produto	Slogan Publicitário
Capital da República	Urbe moderna e cosmopolita. Oferece variedade de atrações culturais, históricas e desportos	"Saudades de Luanda da minha vida", Porta de entrada para a grande natureza. "A selva do Rio Zambeze"
Nordeste do País	A oferta completa-se com um importante património cultural e folclórico	"A selva do Rio Zambeze"
Noroeste do País e Cabinda	Notável dotação de atrações naturais. A região caracteriza-se pela riqueza das suas tradições, folclore e artesanato. Oferece a possibilidade de realizar um percurso por toda a história, pois conta com depósitos paleontológicos, pinturas rupestres, caminhos construídos pelos bakongos ⁸ e exposições de arquitectura e arte sacra colonial. Sem esquecer a serra de Kanda	"A selva de Mayombe", "Abundância de bosques e rios densos"
Centro do País	Oferece variedades, parques naturais, grande variedade de fauna e clima tropical durante os 365 dias do ano. Completa-se com folclore e artesanato.	"Uma nova imagem da zona é o combate de todos"
Huíla	A Serra da Leba, um microclima activo durante todo o ano, único como símbolo autêntico e de autenticidade do país.	"O cristo-rei"
Namibe	Apresenta o deserto da Namíbia no interior, e uma vasta gama de fauna marinha na costa, que se compõe de focas, golfinhos e peixes diversos.	"A nossa maravilha", "planta Walvicheetus", único cacto desta espécie no mundo

Fonte: Autor Miguel Fernando com base no Ministério da Hotelaria e Turismo de Angola (2004)

A análise desta tabela permite constatar que Angola é, de facto, um país com maravilhas únicas em todo o mundo, dispõe de recursos naturais de exceção, custodiados pela administração de Parques Nacionais que criaram uma ampla rede de áreas protegidas. Estas últimas englobam paisagens variadas e espetaculares, destacando-se a selva tropical, planícies férteis, lagos, montanhas e o deserto do Namibe, extravagante em toda a sua dimensão. Daqui resulta uma riqueza formidável, em termos de fauna e flora que o país oferece aos visitantes, possibilitando-lhes desfrutar da observação da inúmera fauna africana que inclui

⁸ é um grupo étnico banto que vive numa larga faixa ao longo da costa atlântica de África, desde o Sul do Gabão até às províncias angolanas do Zaire e Uíge.

elefantes, leões, leopardos, antílopes, focas, entre outras espécies (Fernando, 2015).

Apresentamos agora alguns dados estatísticos que permitem alguma luz sobre o turismo em geral e a capacidade hoteleira do País. Em 2015, Angola registou 592.495 chegadas de visitantes, sendo 77% do género masculino e 23% do feminino; para os servir contabilizavam-se 196 hotéis, 1.286 meios complementares de alojamento, 4.736 restaurantes e similares, 24.033 quartos, 32.158 camas; o setor empregou 219.349 trabalhadores. Estes números representam uma evolução do sector nos últimos cinco anos, sendo que os dados estatísticos demonstram que em 2011 o país contabilizou a chegada de 481.168 visitantes, contava com 148 hotéis, 1.044 meios complementares de alojamento, 3.682 restaurantes e similares, 15.351 quartos, 17.672 camas e foram gerados 145.564 empregos.

Todas as políticas que foram gizadas de 2011 para a frente, apontam para a continuidade dessa evolução e principalmente do número de visitantes no país (E&M, 2016) – tabela n.º 5.

Tabela 5 - Evolução comparativa do número de turistas

Ano	Chegada de Visitantes	Hotéis	Meios complementares de alojamento	Restaurantes e similares	Quartos	Camas	Empregos
2011	481.168	148	1.044	3.682	15.351	17.672	145.564
2015	592.495	196	1.286	4.736	24.033	32.158	219.349

Fonte: Dados retirados da revista E&M Angola Julho 2016

Tabela 6 - Chegadas de Turistas às fronteiras nacionais em 2015

Regiões	Chegadas (Mil)
África	176 022
América	105 106
Ásia	108 139
Austrália	978
Europa	199 127
Médio Oriente	3 123
Total Geral	592 495

Fonte: SME (Serviço de Migração e Estrangeiros)

De acordo com a tabela n.º 6, em 2015, os Europeus ocuparam a primeira posição nas chegadas de turistas a Angola, seguindo-se os africanos, asiáticos e os americanos; residualmente, nos dois últimos lugares, situam-se os turistas vindos do Médio Oriente e da Austrália.

Tabela 7 - Capacidade de quartos e camas em 2016

Províncias	Hotéis		Meios Complementares de Alojamento		Total H.M.C.A	
	Quartos	Camas	Quartos	Camas	Quartos	Camas
Bengo	80	144	305	372	385	516
Benguela	1378	1816	1255	1685	2633	3501
Bié	71	114	320	343	391	457
Cabinda	885	1091	223	248	1108	1 339
Cunene	86	90	128	160	214	250
Huambo	343	349	935	1053	1278	1402
Huíla	1081	1402	673	749	1754	2151
Cuanza Norte	119	172	108	121	227	293
Cuanza Sul	708	860	345	387	1053	1247
Cuando Cubango	74	102	257	286	331	388
Lunda Norte	0	0	80	90	80	90
Lunda Sul	118	122	186	234	304	356
Luanda	6541	8384	5620	9894	12161	18278
Malanje	369	427	119	167	488	594
Moxico	141	192	154	154	295	346
Namibe	347	361	381	395	728	756
Uíge	231	255	360	398	591	653
Zaire	378	530	352	387	730	917
TOTAL	12950	16411	11801	17123	24751	33534

Fonte: GEPE DO MINHOTUR e Direções Provinciais do C. Hotelaria e Turismo

Esta tabela (n.º 7) dá uma imagem da capacidade hoteleira, ao nível de quartos e camas que existia em 2016, em cada uma das províncias angolanas.

Tabela 8 - Chegadas de Turistas por sexo e principais motivos de viagens

Meses	Sexo		Total	Motivo de Viagens			Total
	Masculino	Feminino		TF	N	S	
Janeiro	25109	10796	35905	9243	11612	15050	35 905
Fevereiro	28951	8997	37948	4810	19018	14120	37948
Março	34 741	10796	45537	5391	22821	17325	45537
Abril	26298	7105	33403	3051	19119	11161	33403
Maio	25592	9975	35567	3762	13432	18373	35567
Junho	24897	4759	29656	3358	10076	16222	29656
Julho	49797	9516	59313	8582	29198	21533	59313
Agosto	37254	12418	49672	7014	23141	19517	49672
Setembro	44704	14902	59606	6312	25640	27654	59606
Outubro	51062	17022	68084	9138	27953	30993	68084
Novembro	53424	15404	68828	11765	32945	24118	68828
Dezembro	54041	14935	68976	14276	37 448	17252	68976
Total Geral	455870	136625	592495	86702	272475	233318	592495

Fonte: Serviço de Migração e Estrangeiros

Os motivos apresentados pelos turistas que os levaram a Angola prenderam-se com os negócios, as férias e os serviços. As deslocações por motivos de negócios constituíram o principal motivo de chegadas a Angola. Quanto aos restantes motivos, quer serviços, quer férias, estes posicionaram-se em segundo e terceiro lugares.

2.5. Mussulo, o mundo do Ecoturismo

O termo “Ecoturismo” foi criado por Hector Ceballos-Lascurian em 1983, sendo utilizado para descrever as viagens de natureza efetuadas a regiões preservadas, com um fim essencialmente educativo, divertimento, relaxe, entre outros (Hector, 1996) e (OMT, 2002). Após a explicitação do conceito, a associação entre turismo de natureza e turismo ecológico e o seu reconhecimento mundial, define-se formalmente ecoturismo como “uma viagem a áreas naturais relativamente sem distúrbios ou contaminação, com objetivos do tipo estudar, admirar e desfrutar o panorama junto à fauna e à flora silvestres, assim como qualquer manifestação cultural passada ou presente que aí se encontre” (Rodrigues, 2004). Neste sentido se pronuncia a *The International Ecotourism Society (2015)*, que encara o turismo ecológico como uma viagem realizada de forma responsável, capaz de conservar o ambiente natural, suportando o bem-estar da população local. Igualmente *Oram (1995)* deteta a uniformidade dos conceitos existentes na literatura, no que concerne à associação da vertente educacional e da sustentabilidade ambiental, social e económica na definição de ecoturismo. Os autores *Epler Wood e Halpenny (2001)*, e *Wearings (2001)* vão ainda mais longe e consideram o ecoturismo como uma ferramenta e estratégia não só para o turismo sustentável, mas também como um grande contribuinte para o desenvolvimento sustentável (Nelson Prince e Pereira, 2004). Há, no entanto, quem discorde desta uniformidade argumentando que o conceito de ecoturismo é tão esquivo que poderia comparar-se aos animais selvagens observáveis em determinadas viagens ecoturísticas (Ecoclub, 2011).

Há uma relação intrínseca entre natureza e ecoturismo: a primeira respeita à envolvência da flora, recursos naturais, solo, água, ar, fauna, seres humanos e as suas próprias inter-relações (Caetano et al., 2008). O ecoturismo, por sua vez, é um segmento da atividade turística que faz uso ou utiliza, de forma sustentável ou equilibrada, o património natural e cultural, incentivando a sua conservação e proteção, com uma consciência ambiental, através da interpretação do ambiente,

impulsionando e promovendo o bem-estar das populações (Sativa, C; Capinga, G; Chita, 2013).

O turismo de natureza inspirou-se no ecoturismo, dando origem a leis, normas que regulam atualmente todas as formas do turismo dito alternativo, onde se insere o ecoturismo, o turismo de natureza, o turismo ativo, o turismo de aventura, o turismo cultural e, por aí adiante. No entanto, inversamente ao ecoturismo, estes tipos de turismo não requerem uma componente de aprendizagem e conhecimento, nem ambicionam ser sustentáveis (Antunes, 2012).

Existe uma forte preocupação, por parte dos estudiosos em todo o mundo, em divulgar a importância da preservação do ambiente, bem como a necessidade de planeamento turístico. De acordo com Antunes (2012), o aumento exponencial do turismo implica a adoção de medidas, no âmbito organizacional e de controlo, para as atividades nas zonas de turismo recetoras, medidas que permitam maximizar as vantagens, minimizando as desvantagens e os impactos negativos que a atividade acarreta. Neste contexto, o ecoturismo tem vindo a ganhar um número cada vez mais significativo de aderentes, sendo frequentemente apontado como a solução para os problemas ambientais e do turismo tradicional.

São evidentes as vantagens que o ecoturismo traz a um destino turístico. Na seguinte tabela discriminamos os elementos essenciais, que afetamos às componentes benefícios económicos, benefícios sociais e benefícios ambientais (Popesku, 2007).

Tabela 9 - Benefícios do Ecoturismo

Benefícios Económicos	Benefícios Sociais	Benefícios Ambientais
Aumentos das receitas turísticas do país, através da procura por parte dos ecoturistas	Preservação da cultura, das tradições e da sabedoria local	Consciencialização da importância do desenvolvimento sustentável das AP
Criação de emprego para a população local, através da criação de micro e pequenas empresas	Elevação da autoconfiança e do orgulho da população local por pertencer à sua comunidade	Proteção e Conservação do Património Natural e Cultural
Geração de rendimentos para a comunidade local, em alternativa aos baixos rendimentos agrícolas	Inclusão dos jovens e das mulheres no ecoturismo, o que ajuda a reter a população nessas áreas	Diminuição do impacto no plano estético e paisagístico
Participação dos empresários nos locais de turismo (restauração, artesanato, serviços de guia, recreação e lazer)	Redução da emigração da população	
Imposição de taxas de arrendamento e de concessão que retornam para os residentes locais		
Estabelecimentos de preços de entrada nas Reservas Naturais, como fonte de financiamento para a conservação e gestão das AP.		

Fonte: Adaptado de Popesku (2007)

A região do Mussulo está na rota das novas tendências do turismo internacional, assumindo-se como um destino privilegiado do Ecoturismo. As condições naturais são propícias à oferta de um produto com alto nível competitivo, que satisfaz as necessidades dos distintos segmentos do turismo nacional e internacional ao nível do desporto, aventura, cultura, saúde, congressos, convenções, reuniões de empresas, agroturismo, etc., ótimas para satisfazer o turista mais exigente. Como objetivos prioritários de marketing para esta zona, “importa por um lado atrair novos clientes, proporcionando-lhes o gozo de todos estes atributos e por outro manter e

cultivar os clientes atuais proporcionando-lhes satisfação” (Kotler, P. & Armstrong, 2007).

Como podemos observar na tabela seguinte (tabela n.º 10), uma percentagem bastante elevada dos turistas que visitam Luanda, aproveita para visitar igualmente a região de Mussulo.

Tabela 10 - % de Turistas no Mussulo e N.º de Turistas no Mussulo em valor

Anos em Análise	Luanda	Mussulo
2015	345.072 turistas	25% de turistas (345.072 * 0,25) = 86.268
2016	216.652 turistas	20% de turistas (216.652 * 20%) = 43.330

Fonte: Ministério da Hotelaria e Turismo

Os principais bloqueios ao sucesso centram-se na falta de infra estruturas básicas nomeadamente ao nível da mobilidade, faltando um acesso por terra: os turistas que vão para o Mussulo apanham as chatas (barcos de aluguer) para efetuar o transporte desde o embarcadouro (local da partida) até à península do Mussulo (Fernando, 2015). Outro bloqueio assenta no parco conhecimento internacional desta península, facto que se revela um travão ao reconhecimento do Mussulo como um destino de primeiro nível na região da África Austral (Fernando, 2015).

Os benefícios resultantes do incremento do turismo no Mussulo, para além dos genericamente referenciados, respeitam quer aos turistas quer à comunidade local, e traduzem-se no reconhecimento das especificidades deste destino, particularmente na oferta de férias de verão durante a temporada de Inverno; na descoberta de produtos artesanais típicos da região; na degustação de bens gastronómicos regionais como *funge*, *calulu*, *mufete*, *kizaka*, *maruvo* – (bebida tradicional) (Fernando, 2015).

O Mussulo conta atualmente com resorts de luxo, restaurantes, condomínios e várias praias; a península abrange uma área de 3.355 hectares, sendo 84% desse território formado por uma paisagem natural e apenas 16% de solo urbanizado. Segundo dados existentes, vivem no Mussulo 15.300 pessoas em residências permanentes e 3.700 em segundas residências, contando a península com 4 escolas, um quartel de bombeiros, dois centros de saúde e 200 camas em 8 resorts. Destaca-se a existência de *lodjes*, conjuntos edificadas especificamente para a prática do ecoturismo, em áreas de proteção ambiental ou em reservas de caça, cujos edifícios não ultrapassam dois pisos incluindo o rés-do-chão e, cujo perímetro se encontra vedado, de forma a proteger os turistas da fauna selvagem (Simão Mengua e Capinga M. Teixeira Gomes, 2015).

A maioria dos turistas que se desloca para o Mussulo caracteriza-se como sendo da classe média, com um salário elevado e enquadra-se no perfil de ecoturistas, pessoas que normalmente residem em grandes centros urbanos, que desejam familiarizar-se ou conhecer outras áreas distintas do seu meio habitual ou usual, geralmente ambientes naturais preservados (Fernando, 2015). O ecoturista possui uma elevada consciência ambiental, ou seja tem preocupações ambientais e continua a procurar experiências únicas mas que permitem conservar os recursos naturais e socioculturais, deseja integrar-se nas comunidades locais e espera que as atividades realizadas venham a beneficiar as populações de acolhimento, melhorando o seu bem-estar e qualidade de vida (Ferreira, 2003). Estes procuram normalmente informações sobre os destinos que visitam, compreendendo a natureza, assim como a rotina diária das comunidades anfitriãs, de modo a poderem contribuir para a sua conservação, preferindo conhecer e adquirir produtos típicos da região (Aoki, 2005).

Definem-se genericamente quatro tipos de ecoturistas em conformidade com as expectativas, locais de destino e com a forma de mobilidade: Núcleo ativo de turistas de natureza – *hard-core nature tourists* - estes são compostos por investigadores científicos ou membros de viagens organizadas com o objetivo específico de educar, remover o lixo ou outra finalidade similar, caracterizando-se estas ações por uma atitude fortemente biocêntrica, ligada à natureza, com um

elevado compromisso com a sustentabilidade, preferindo experiências sempre em contacto com a natureza que envolvam tarefas físicas e desafios; turistas de natureza dedicados – *dedicated nature tourists* - pessoas que gostam de viajar em especial com o objetivo de contemplar áreas protegidas, ambicionando compreender a história natural e cultural do local; corrente dominante dos turistas de natureza – *mainstream nature tourists* - pessoas que visitam a Amazônia, o parque dos gorilas do Ruanda ou outros destinos, particularmente para realizarem uma viagem invulgar; turistas de natureza casuais – *casual nature tourists* - indivíduos que ao fazerem uma viagem mais ampla, acabam por contactar fortuitamente com a natureza, são o “ecoturista *softer*” mais antropocêntrico, isto é, dispõe de um nível de compromisso moderado com o ambiente e, apesar de apreciar atrações propostas e de pretender ter um maior conhecimento em matéria de sustentabilidade, não se encontra empenhado em questões associadas ao ambiente, sendo classificados como liberais (Dinis, 2005); (Fennell, 2008).

Há uma efetiva preocupação de imprimir um crescimento e desenvolvimento sustentável do Mussulo, tentando atrair para esta área os ecoturistas. Para a consecução deste desiderato, as autoridades nacionais e locais usam os instrumentos de política ambiental possíveis ao nível da gestão dos recursos e resíduos, de políticas de inovação ambiental associadas à investigação e desenvolvimento do produto turístico, de promoção de mercados mais verdes e de uma mais eficiente gestão da informação e marketing visando essencialmente objetivos de divulgação/educação.

Imagem 3 – Mussulo



Fonte: Google Images

Por fim relevamos os princípios de marketing ambiental que têm norteado a orientação das entidades competentes no sentido de salvaguardar o Mussulo (Imagem n.º 3) como a joia da coroa do turismo ecológico, dando resposta aos anseios da comunidade e da sua preocupação com a sobrevivência, estimulando em todos os sentimentos de “consumidor verde”, princípios que subscrevemos:

- Informar e (re) educar sobre temas associados com o ambiente, recorrendo a campanhas que induzam a reciclagem e o fim dos desperdícios, com informação sobre a triagem eficaz dos resíduos sólidos urbanos;
- estimular ações benéficas ao meio ambiente, com aplicação prática no quotidiano, como, por exemplo, as diferentes campanhas para a economia de água e energia, comportamentos mais ecológicos e adequados aos tempos atuais;
- alterar comportamentos nocivos para o meio ambiente, nomeadamente as campanhas preventivas de fogos, alertando para o perigo das queimadas;
- educação e sensibilização para a ecologia, através de campanhas de recomendação orientadas para o respeito pelo ciclo de vida da fauna marinha (peixes) e da proteção das florestas.

Em suma, pretende-se que o verde constitua o fator diferenciador e decisivo na escolha dos consumidores pelo Mussulo.

3. METODOLOGIAS

Toda a investigação parte de um problema, isto é, há uma pergunta de partida, que se prende com o estudo em causa. Esta questão deverá ser precisa, unívoca, realista do objeto que se pretende estudar (Pardal, 2011). A exploração fornece elementos teóricos e/ou empíricos que permitem, moldar o problema, ao revelar as suas dimensões essenciais, bem como facetas peculiares, sugerindo caminhos e modos de abordagem.

O Mussulo detém as condições ideais para se afirmar como um Paraíso do Ecoturismo no contexto o turismo angolano e alcandorar-se a um destino de primeiro nível na região da África Austral? Esta é a nossa pergunta de partida. A exploração desta questão passou pela recolha bibliográfica e registo dos dados estatísticos oficiais.

Neste contexto, procuramos com este trabalho, aferir do grau de concordância entre os conceitos de turismo sustentável, ecoturismo e perfil do ecoturista, com a realidade observável neste destino turístico. Além da observação participante, promovemos a realização de um inquérito que facilitasse a análise de fenómenos identificados pelo quadro teórico de que nos socorremos, que suporta as hipóteses construídas, e o confronto com a especificidade da situação.

3.1. Instrumento

Ao investigarmos as atitudes, comportamentos e motivações das pessoas face a um problema, entramos numa área onde geralmente não existem instrumentos de medida semelhantes aos utilizados para avaliar grandezas físicas. Assim, para investigarmos fenómenos ligados a aspetos sociais a partir de modalidades de pesquisa quantitativas, é de fundamental importância a construção de instrumentos baseados em indicadores capazes de gerar dados que contribuam para a

elucidação de fenómenos complexos. “O questionário representa seguramente a técnica de recolha de dados mais utilizada no âmbito da investigação sociológica que vise estudar o comportamento dos indivíduos em sociedade” (Pardal, 2011).

Construímos um questionário (Anexo I) onde colocamos perguntas dos mais variados tipos, entre as quais abertas, fechadas, escolha múltipla, perguntas de opinião, perguntas de intenção, perguntas de ação, perguntas de facto, perguntas explícitas (Pardal, 2011). O questionário começa com questões de ordem pessoal e não profissional, interrogando o indivíduo acerca da sua idade, género, profissão, habilitações literárias, o país de origem que vão constituir o núcleo de variáveis independentes da análise estatística; continua com cinco grupos de questões que nos levam ao cerne do problema em estudo e constituem as variáveis dependentes da análise, a saber: “motivação para o consumo do ecoturismo”; “conhecer as razões que levam à prática do ecoturismo”; “conhecer as razões da escolha do Mussulo para o ecoturismo”; “identificar os benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo”; “identificar e medir a intensidade dos fatores que satisfazem o turista na procura do Mussulo”. Acrescentamos ainda um grupo de questões destinadas ao controlo da fiabilidade e coerência das respostas.

Em todos os grupos, com exceção do da satisfação, utilizamos variáveis de escolha múltipla, isto é, cada respondente podia optar por mais que uma resposta; estas variáveis permitem aferir quer do grau de concordância, medido através do número de respostas positivas, quer da intensidade das opções medidas pelo número total de respostas. Nas questões do grupo “satisfação” e do grupo de “controlo”, foi usada a escala de Likert como unidade de medida; esta escala, desenvolvida por Rensis Likert, em 1932, baseia-se na recolha de opiniões objetivas dos sujeitos pesquisados a respeito de um conjunto de afirmações, sendo que, para cada afirmação, o pesquisado deve assinalar o seu grau de concordância ou discordância em uma escala de 5 pontos, expressada nas alternativas: Muito Satisfeito, Satisfeito, Nem satisfeito nem Insatisfeito, Insatisfeito, Muito insatisfeito.

3.2. Caraterização da Amostra

Realizamos esta investigação junto a uma amostra de 150 turistas, viajantes em trânsito. Foram recolhidas na central de camionagem, estação ferroviária, terminal de aeroporto, terminal do Kapossoca, hotel Sana, Museu da Escravatura e empresa CRBC (*China Road and Bridge Corporation*). Carateriza-se por uma amostra de conveniência, suficiente para a obtenção do tipo de informação desejada. O erro máximo da amostragem, conhecido o fluxo turístico do Mussulo, cifra-se em 7%.

Dos 150 respondentes, a maioria integra-se numa faixa etária de jovens abaixo dos 35 anos, sendo (58,5%) homens e (41,5%) mulheres. Agrupamos o vasto leque de profissões referidas em quatro grandes grupos: empregados por conta de outrem (43,3%), quadros superiores (34%), empresários e/ou comerciantes (14,7%) e estudantes (8%). No que concerne a habilitações literárias, constatamos que a maioria dos inquiridos (53,8%) tem como habilitações o ensino superior; (35%) detém o ensino secundário e apenas (11,2%) o ensino básico. A maioria dos respondentes (73,8%) é, naturalmente, de origem angolana; (16,1%) é de origem portuguesa; (7,4%) são chineses e (2,7%) brasileiros, sendo que a maioria destes angolanos provém da província de Luanda (57,4%).

A grande maioria (71,9%) dos turistas inquiridos não viaja sozinho, sendo acompanhado, em média, por cerca de 4 pessoas, viajando: na companhia de amigos (40,5%), cônjuges (22,2%) e filhos (19%); alguns ainda referem a companhia dos pais (12,4%).

Observamos que (23,4%) dos inquiridos se enquadra no tipo de turista de natureza casual, logo seguido do tipo de ecoturista liberal (20,5%); elementos de algum núcleo ativo dos turistas de natureza (5,1%) e ecoturista rígido (2,8%) são os tipos de turista menos referidos.

Verificamos que mais de (45%) dos respondentes viaja 1 a 2 vezes por mês para a prática do ecoturismo; cerca de (30%) está a fazer ecoturismo pela primeira vez; os restantes praticam ecoturismo mais de 3 vezes por mês.

3.3. Tratamento dos dados

Para o tratamento dos dados, utilizamos o *software* SPSS® (*Statistical Package for Social Sciences*), versão 25.

Construímos para cada um dos grupos de variáveis de escolha múltipla, a respetiva tabela de frequências onde o elemento fundamental era a resposta Sim (1) – que revela a adesão do respondente ao conteúdo do item proposto; a partir destes resultados, apresentamos os itens de cada grupo ordenados por ordem decrescente do número de respostas obtidas, definindo o seu grau de importância relativa no contexto; construímos uma nova base que nos permitiu o cruzamento desta recolha e tratamento com cada uma das variáveis independentes. Para a produção de resultados, recorremos ao teste do qui-quadrado para aferir da independência ou eventual ligação entre as variáveis consideradas.

O teste do Qui-quadrado (χ^2) serve para testar se “a frequência com que os elementos da amostra se repartem pelas classes de uma variável nominal categorizada é ou não aleatória” (Marôco, 2010). Em cada tabela de contingência relevamos, em cada célula, o valor observado, o valor esperado e o resíduo ajustado estandardizado, para permitir uma leitura imediata dos casos significativos. Cada célula com $|Res. Ajust. Std.| > 1,96$ mereceu a nossa observação atenta.

Para o tratamento dos itens do grupo “satisfação” recolhidos pela escala de Likert, escolhemos o método estatístico conhecido como análise fatorial, que permite detetar a natureza de padrões que estão envolvidos em uma grande quantidade de variáveis. A análise fatorial é particularmente apropriada em pesquisas onde os investigadores têm por objetivo fazer uma “simplificação ordenada” do número de variáveis inter-relacionadas (COHEN, L. & MARION, 1994). Busca-se o resumo da informação de várias variáveis correlacionadas (e portanto de alguma forma redundantes) em uma ou mais combinações lineares independentes que representam a maior parte da informação presente nas variáveis originais. Neste trabalho buscamos quais os motivos que mais e melhor satisfazem o consumidor do ecoturismo do Mussulo.

Para a realização desta análise, necessitamos verificar as condições de aplicabilidade: a normalidade dos dados e a correlação entre as variáveis. A normalidade foi testada por Kolmogorov-Smirnov; os testes KMO e o de esfericidade de Bartlett, detetaram a existência de fortes correlações entre as variáveis. Verificamos ainda a consistência interna de cada factor obtido através do Alpha de Cronbach, para garantirmos o não-enviezamento das respostas, isto é, que a diversidade de respostas resulta de diferente pensamento sobre o assunto e não de diferentes interpretações do conteúdo do item.

Recorremos ao t-teste para amostras independentes e a Anova para verificar se os diferentes grupos, correspondentes aos vários níveis das variáveis independentes, têm ou não médias iguais em cada um dos fatores obtidos por análise fatorial, revelam ou não idênticos níveis de satisfação.

3.4. Resultados

Construímos as tabelas de distribuição de cada um dos cinco grupos de variáveis: conhecer as “motivações para o consumo do ecoturismo”; conhecer as “razões que levam à prática do ecoturismo”; conhecer as “razões da escolha do Mussulo para o ecoturismo”; identificar os “benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo”; Identificar e “medir a intensidade dos fatores que satisfazem o turista quando procura o Mussulo”, já referenciados. Cada grupo é constituído por questões em resposta fechada, aceitando resposta múltipla, itens que cobrem a generalidade dos motivos referenciados na pesquisa bibliográfica e ainda outros que servem de ruído. Sendo variáveis de escolha múltipla, cada inquirido pode seleccionar mais que uma opção e assim o total de respostas excede o número de entrevistados. Cada linha da segunda coluna de cada tabela (n/N) significa a importância relativa de cada item; já cada linha da terceira coluna identifica a percentagem de casos, isto é, a percentagem de inquiridos que se

identificou com o item. Em cada tabela os itens aparecem ordenados por ordem decrescente de importância relativa.

Conhecer as “motivações para o consumo do ecoturismo”

Variáveis: conhecer e aprender sobre novas culturas e diferentes modos de vida; viajar com o intuito de um baixo ou nenhum impacto; contribuir para a melhoria da economia local; aventura, fruição e usufruto dos espaços naturais; sentimento de retribuição / voluntariado / criar a mudança; visitar territórios naturais, com baixa densidade populacional; aumentar os seus conhecimentos relativamente à fauna e à flora; interagir com as comunidades locais; aumentar a confiança através de atividades desafiadoras; relaxar e apreciar o sossego da natureza; outras.

Tabela 11 - Motivação para o consumo do Ecoturismo

Motivação para o consumo do Ecoturismo	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Conhecer e aprender sobre novas culturas e diferentes modos de vida	109	17,2%	73,2%
Relaxar e apreciar o sossego da natureza	83	13,1%	55,7%
Contemplar locais exóticos, antes que estes desapareçam	77	12,1%	51,7%
Visitar territórios naturais, com baixa densidade populacional	65	10,3%	43,6%
Interagir com as comunidades locais	57	9%	38,3%
Contribuir para a melhoria da economia local	56	8,8%	37,6%
Aumentar os seus conhecimentos relativamente à fauna e à flora	48	7,6%	32,2%
Viajar com o intuito de um baixo ou nenhum impacto	44	6,9%	29,5%
Aventura, fruição e usufruto dos espaços naturais	43	6,8%	28,9%
Aumentar a confiança através de atividades desafiadoras	32	5,0%	21,5%
Sentimento de retribuição / voluntariado / criar a mudança	17	2,7%	11,4%
Outras	3	0,5%	2,0%
Total	634	100%	425,5%

Observamos que os três primeiros itens merecem a concordância de mais de metade dos entrevistados (valores superiores a 50%): conhecer e aprender sobre novas culturas e diferentes modos de vida, relaxar e apreciar o sossego da natureza, contemplar locais exóticos, antes que estes desapareçam. Entre eles representam 42,4% do total das respostas.

Conhecer as “razões que levam à prática do ecoturismo”

Variáveis: gosto pela natureza, descanso, aventura, observar a natureza, experimentar coisas novas, novos desafios, influência de amigos, gostos pessoais, prática crescente nos últimos anos, buscar a paz.

Tabela 12 - Razões para a prática do ecoturismo

Ecoturismo Razões	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Gosto da natureza	64	22,8%	43,2%
Descanso	62	22,1%	41,9%
Observar a natureza	28	10,0%	18,9%
Buscar a paz	27	9,6%	18,2%
Aventura	26	9,3%	17,6%
Influência de amigos	22	7,8%	14,9%
Gostos pessoais	19	6,8%	12,8%
Experimentar coisas novas	18	6,4%	12,2%
Novos desafios	13	4,6%	8,8%
Prática crescente nos últimos anos	2	0,7%	1,4%
Total	281	100%	189,9%

Destacam-se os dois primeiros itens – gosto pela natureza e descanso que mereceram, cada um, adesão superior a 40% dos inquiridos e que perfazem, em conjunto 44,9% do total das respostas. Já o facto de ser moda, “prática crescente nos últimos anos”, só recolhe a aprovação de 1,4% dos inquiridos.

Conhecer as “razões da escolha de Mussulo para o Ecoturismo”

Variáveis: praias atrativas, vegetação, animais selvagens, tradição culinária, mundo das artes, barco de pesca, barco a motor, processo de mudança social, espécies de peixe, vida noturna, hotéis, paisagens paradisíacas, outras.

Tabela 13 - Razões da escolha do Mussulo para o ecoturismo

Razões da escolha do Mussulo	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Praias atrativas	112	30,0%	76,7%
Barco a motor	43	11,5%	29,5%
Paisagens paradisíacas	36	9,7%	24,7%
Tradição culinária	29	7,8%	19,9%
Vegetação	27	7,2%	18,5%
Hotéis	26	7,0%	17,8%
Processo de mudança social	23	6,2%	15,8%
Espécies de peixe	19	5,1%	13,0%
Mundo das artes	17	4,6%	11,6%
Barco de pesca	16	4,3%	11,0%
Vida noturna	13	3,5%	8,9%
Animais selvagens	5	1,3%	3,4%
Outras	7	1,9%	4,8%
Total	373	100,0%	255,5%

Concluimos que a existência de praias atrativas é a principal razão que leva os turistas ao Mussulo, tanto que 76,7% dos inquiridos assim o afirma. Os animais selvagens são o motivo de atração menos referenciado.

Identificar os “benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo ”

Variáveis: benefícios económicos, benefícios sociais, benefícios culturais, assistência em parques e áreas protegidas, conservação ambiental e cultural, flora, fauna, promoção da educação ambiental, bares, *bungalows*, selva tropical, planícies férteis, lagos, montanhas, outros.

Tabela 14 - Benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo

Benefícios Mussulo Frequencies	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
Conservação ambiental e cultural	79	21,1%	53,7%
Benefícios culturais	64	17,1%	43,5%
Benefícios económicos	52	13,9%	35,4%
Benefícios sociais	44	11,8%	29,9%
Promoção da educação ambiental	43	11,5%	29,3%
Bares	28	7,5%	19,0%
Flora	27	7,2%	18,4%
Bungalows	18	4,8%	12,2%
Fauna	13	3,5%	8,8%
Assistência em parques e áreas protegidas	6	1,6%	4,1%
Total	374	100%	254,4%

Concluimos que os maiores benefícios resultantes da prática de ecoturismo se traduzem, para o Mussulo, na conservação ambiental e cultural (53,7% dos inquiridos assim o afirma e este item corresponde a 21,1% do total das respostas, em benefícios culturais, benefícios económicos e benefícios sociais).

Identificar e medir a intensidade dos “fatores que satisfazem o turista quando procura o Mussulo”

Adotámos a escala de Likert para medir a intensidade da adesão do inquirido a cada uma das seguintes variáveis: águas calmas, comunidades locais, reservas naturais, praias amplas de areia e deserto, barcos a motor, atividades tradicionais, diversidade biológica, mangues e coqueiros, parques nacionais, desportos náuticos, melhores espécies de peixes.

Antecedendo a análise fatorial, obtivemos, através do teste de kolmogorov-Smirnov, com $p\text{-values} < 0,05$, a informação de que nenhuma das variáveis originais segue uma distribuição normal; contudo, atendendo à dimensão da amostra $n=150>30$, é possível, pelo Teorema do Limite Central, aceitar uma aproximação das suas distribuições à distribuição normal. De acordo com Marôco, (2010) o teste KMO, uma medida da homogeneidade das variáveis que compara as correlações simples com as correlações parciais observadas entre as variáveis, com $p\text{-value}= 0,843$, pode ser classificado como Bom (Ver Anexo III), isto é, a análise fatorial é um processo adequado (Pestana, M; Gagueiro, 2014). O teste de esfericidade de Bartlet, tendo como hipótese nula a afirmação de que a matriz de correlações é a matriz identidade, apresenta um $p\text{-value}=0,000$, pelo que a hipótese deve ser rejeitada, significando isto que existe correlação estatisticamente relevante entre as variáveis e, mais uma vez confirmada a adequação do uso da análise fatorial. Na análise usamos o método Varimax para facilitar a interpretação da afetação de cada variável ao respetivo fator; selecionámos os fatores cujos valores próprios eram maiores que 1.

Desta forma, realizando a análise fatorial, encontramos 2 fatores que explicam cerca de 56% da variância.

Tabela 15 - Fatores que satisfazem o turista na procura do Mussulo

Fatores que satisfazem mais o turista na procura do Mussulo	Responses				
	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Águas calmas	148	1	4	1,84	0,800
Praias amplas de areia e deserto	147	1	5	1,93	0,849
Mangues e Coqueiros	147	1	5	2,02	0,954
Melhores espécies de peixes	147	1	5	2,07	1,054
Barcos a Motor	148	1	5	2,11	0,934
Comunidades Locais	147	1	5	2,22	0,949
Desportos Náuticos	146	1	5	2,23	0,974
Diversidade Biológica	146	1	5	2,27	1,027
Actividades Tradicionais	147	1	5	2,36	1,128
Reservas Naturais	148	1	5	2,37	1,174
Valid N (listwise)	137				

Escala: 1- Muito Satisfeito, ..., 5-Muito Insatisfeito

Ordenamos por ordem decrescente de importância os fatores que mais satisfazem o turista na procura do Mussulo. Verificamos que os níveis de satisfação oscilam entre o quase “indiferente” (2,37) e um pouco acima de “satisfeito” (1,84). Destacam-se pelos níveis de satisfação mais elevados os fatores “águas calmas” e “praias amplas de areia e deserto”.

Tabela 16 - Testes de KMO e Bartlett`s

Testes de KMO e Bartlett`s		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,843
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	403,933
	df	36
	Sig.	0,000

Tabela 17 - Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Initial Eigenvalues			Initial Eigenvalues		
	Total	% of Var	Cum %	Total	% of Var	Cum %	Total	% of Var	Cum %
1	4,004	44,486	44,486	4,004	44,486	44,486	2,759	30,658	30,658
2	1,027	11,407	55,983	1,027	11,407	55,893	2,271	25,235	55,893
3	0,832	9,250	65,143						
4	0,732	8,131	73,274						
5	0,707	7,856	81,130						
6	0,628	6,972	88,103						
7	0,409	4,576	92,648						
8	0,364	4,040	96,688						
9	0,298	3,312	100,00						
Extraction Method: Principal Component Analysis.									

O primeiro fator explica cerca de 44% e o segundo 11,4% da variância dos dados.

Tabela 18 - Pesos fatoriais

Rotated Component Matrix ^a		
	Component	
	1	2
Melhores espécies de peixes	0,742	0,103
Desportos Náuticos	0,715	0,211
Mangues e Coqueiros	0,687	0,071
Atividades Tradicionais	0,668	0,399
Águas Calmas	-0,096	0,777
Praias amplas de areia e deserto	0,236	0,652
Diversidade Biológica	0,451	0,6444
Comunidades Locais	0,479	0,560
Reservas Naturais	0,529	0,544
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.		
a. Rotation converged in 3 iterations.		

A carga fatorial representa a correlação entre a variável original e o fator, sendo importante determinar o nível de significância para a interpretação. Segundo Hair, Jr., R.E., & R.L. Black (1998), como regra prática, temos que a carga fatorial mínima significativa é 30%, cargas em 40% são consideradas mais importantes e acima de 50% são consideradas significantes.

A síntese dos resultados da análise fatorial que permitiu o agrupamento das motivações em dois fatores é apresentada a seguir:

Tabela 19 - Fator 1 - Desporto

Fator 1 - Desporto (Alpha Cronbach = 0,731)

Melhores espécies de peixes	(carga: 0,742)
Desportos Náuticos	(carga: 0,715)
Mangues e Coqueiros	(carga: 0,687)
Atividades Tradicionais	(carga: 0,668)

Tabela 20 - Fator 2 - Ambiente e sociedade

Fator 2 – Ambiente e sociedade (Alpha Cronbach = 0,759)

Águas Calmas	(carga: 0,777)
Diversidade Biológica	(carga: 0,652)
Praias amplas de areia e deserto	(carga: 0,644)
Reservas naturais	(carga: 0,560)
Comunidades Locais	(carga: 0,544)

Podemos agora interpretar, de forma objetiva, os dados anteriormente apresentados, afirmando que a satisfação dos turistas com o Mussulo passa por dois relevantes fatores: o desporto (fator 1) e o Ambiente e Sociedade (fator 2). Considerando o facto de a generalidade dos turistas se enquadrar no perfil de Ecoturista, estes dois motivos servem na perfeição o objetivo de conformidade que propusemos nas hipóteses: O Mussulo tem condições ótimas para o Ecoturismo. No (Anexo III), pág. 87 encontram-se os Outputs do SPSS dos fatores (1 e 2).

Construímos tabelas de contingência através do cruzamento dos dados de cada uma das variáveis de escolha múltipla com cada uma das variáveis independentes do estudo. Criámos assim condições para promover testes de qui-quadrado que medissem a independência entre as variáveis e nos permitissem recolher informação complementar que fosse relevante para o estudo. As hipóteses operacionais subordinaram-se à forma - H_0 : As variáveis são independentes vs H_1 : Há algum tipo de ligação entre as variáveis. Quando ambas as variáveis em estudo são nominais o teste do qui-quadrado revela-se o adequado para aferir de eventuais ligações, visíveis quando optamos por inscrever em cada célula os valores observados, esperados e quantificamos o resíduo ajustado estandardizado. Quando a diferença entre o valor observado e o valor esperado são significativos, o resíduo assume valores em módulo superiores a 1,96 para um erro $\alpha = 0.05$.

Relativamente ao primeiro grupo “motivação para o consumo do ecoturismo” e as variáveis independentes em estudo, definimos as hipóteses nulas:

- As diferentes faixas etárias revelam idêntica motivação para a prática do ecoturismo. H_0 : as variáveis são independentes.
- Ambos os géneros revelam idêntica motivação para a prática do ecoturismo. H_0 : as variáveis são independentes.
- Os diferentes níveis profissionais revelam idêntica motivação para a prática do ecoturismo. H_0 : as variáveis são independentes.
- Os diferentes níveis culturais, medidos pelas habilitações literárias, revelam idêntica motivação para a prática do ecoturismo. H_0 : as variáveis são independentes.
- Os turistas provenientes de diversas origens geográficas revelam idêntica motivação para a prática do ecoturismo. H_0 : as variáveis são independentes.

Conclusões:

- Não rejeitamos a hipótese de que as diferentes faixas etárias revelem idêntica motivação para a prática do ecoturismo.

- Não rejeitamos a hipótese de que ambos os géneros revelem idêntica motivação para a prática do ecoturismo.
- Não rejeitamos a hipótese de que os diferentes níveis profissionais revelam idêntica motivação para a prática do ecoturismo.
- Não rejeitamos a hipótese de que os indivíduos com diferentes níveis culturais, medidos pelas habilitações literárias, revelem idêntica motivação para a prática do ecoturismo. Contudo podemos observar algumas sensibilidades relevantes:
 - Há significativamente mais indivíduos do que o expectável, detentores de ensino superior, que referem a “aventura, fruição e usufruto dos espaços naturais” e a possibilidade de “contemplar locais exóticos, antes que estes desapareçam” como a motivação para o ecoturismo.
 - Há significativamente menos indivíduos do que o esperado, detentores de ensino superior, que referem o “aumentar a confiança através de atividades desafiadoras” como a motivação para o ecoturismo, em oposição aos do ensino secundário que revelam este facto como motivação.
 - Há significativamente menos indivíduos do que o esperado, detentores de ensino secundário, cuja motivação é “contemplar locais exóticos, antes que estes desapareçam”.
- A naturalidade dos turistas e as motivações para a prática do ecoturismo não são variáveis independentes (Qui-quadrado sig = 0,017). Verificamos que:
 - A motivação dos angolanos para o ecoturismo passa significativamente mais pela vontade de “aumentar os seus conhecimentos relativamente à fauna e à flora” e de “contribuir para a melhoria da economia local” e passa menos pelo espírito de “aventura, fruição e usufruto dos espaços naturais”.
 - A motivação dos portugueses não passa por “aumentar a confiança através de atividades desafiadoras”.
 - A motivação dos brasileiros orienta-se para a “aventura, fruição e usufruto dos espaços naturais”.

Tabela 21 - Motivação para o Ecoturismo - País Crosstabulation

Motivação para o Ecoturismo * País Crosstabulation						
		País de Origem				Total
		Angola	Portugal	China	Brasil	
Aumentar a confiança através de atividades desafiadoras	Count	28	0	4	0	32
	Expected Count	24,20	5,1	1,6	1,0	32,0
	Adjusted Residual	1,6	-2,5	1,9	-1,1	
Aumentar os seus conhecimentos relativamente à fauna e à flora	Count	44	3	0	1	48
	Expected Count	36,3	7,7	2,5	1,5	48,0
	Adjusted Residual	2,7	-1,9	-1,7	-0,5	
Aventura, fruição e usufruto dos espaços naturais	Count	26	11	2	4	43
	Expected Count	32,6	6,9	2,2	1,4	43,0
	Adjusted Residual	-2,4	1,8	-0,1	2,4	
Conhecer e aprender sobre novas culturas e diferentes modos de vida	Count	81	18	7	2	108
	Expected Count	81,80	17,3	5,5	3,5	108,0
	Adjusted Residual	-0,2	0,2	0,7	-0,9	
Contemplar locais exóticos, antes que estes desapareçam	Count	52	15	7	3	77
	Expected Count	58,3	12,3	3,9	2,5	77,0
	Adjusted Residual	-1,8	0,9	1,7	0,4	
Contribuir para a melhoria da economia local	Count	51	4	0	0	55
	Expected Count	41,6	8,8	2,8	1,8	55,0
	Adjusted Residual	3,1	-1,8	-1,8	-1,4	
Interagir com as comunidades locais	Count	45	9	1	1	56
	Expected Count	42,4	8,9	2,9	1,8	56,0
	Adjusted Residual	0,8	0,0	-1,2	-0,6	
Relaxar e apreciar o sossego da natureza	Count	58	16	4	4	82
	Expected Count	62,10	13,1	4,2	2,6	82,0
	Adjusted Residual	-1,1	0,9	-0,1	0,9	
Sentimento de retribuição / voluntariado / criar a mudança	Count	13	3	0	1	17
	Expected Count	12,9	2,9	0,9	0,5	17,0
	Adjusted Residual	0,1	0,2	-1,0	0,6	
Viajar com o intuito de um baixo ou nenhum impacto	Count	32	7	4	1	44
	Expected Count	33,3	7,0	2,2	1,4	44,0
	Adjusted Residual	-0,5	0,0	1,2	-0,4	
Visitar territórios naturais, com baixa densidade populacional	Count	44	14	3	3	64
	Expected Count	48,5	10,2	3,3	2,0	64,0
	Adjusted Residual	-1,4	1,4	-0,2	0,7	
TOTAL	Count	474	100	32	20	626
	Expected Count	474,0	100,0	32,0	20	626,0

Tabela 22 - Teste do Qui-Quadrado

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	48,633 ^a	30	0,017
Likelihood Ratio	60,371	30	0,001
Linear-by-Linear Association	1,751	1	0,186
N of Valid Cases	626		
a. 22 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,54.			

Relativamente ao segundo grupo “Conhecer as razões que levam à prática do ecoturismo” e as variáveis independentes em estudo, definimos as hipóteses nulas:

- As razões que levam à prática do ecoturismo são idênticas para as diferentes faixas etárias. H_0 : as variáveis são independentes.
- As razões que levam à prática do ecoturismo são idênticas para ambos os géneros. H_0 : as variáveis são independentes.
- As razões que levam à prática do ecoturismo são idênticas para os diferentes níveis profissionais. H_0 : as variáveis são independentes.
- As razões que levam à prática do ecoturismo são idênticas para os diferentes níveis culturais, medidos pelas habilitações literárias. H_0 : as variáveis são independentes.
- As razões que levam à prática do ecoturismo são idênticas para os turistas provenientes de diversas origens geográficas. H_0 : as variáveis são independentes.

Conclusões:

- Não rejeitamos a hipótese de que as razões que levam à prática do ecoturismo sejam idênticas para as diferentes faixas etárias.
- Não rejeitamos a hipótese de que as razões que levam à prática do ecoturismo sejam idênticas para ambos os géneros.

- Não rejeitamos a hipótese de que as razões que levam à prática do ecoturismo sejam idênticas para os diferentes níveis profissionais.
- Não rejeitamos a hipótese de que as razões que levam à prática do ecoturismo sejam idênticas para os diferentes níveis culturais, medidos pelas habilitações literárias.
- As variáveis “país de origem” e “razões da prática do ecoturismo” não são independentes (Qui-Quadrado sig=0,001):
 - as razões que induzem os chineses à prática do ecoturismo são essencialmente o descanso;
 - os brasileiros procuram o ecoturismo por gosto pessoal e por influência dos amigos.
 - os portugueses procuram o ecoturismo por influência dos amigos;
 - para os angolanos a razão que menos pesa na escolha do ecoturismo é a influência dos amigos.

Relativamente ao terceiro grupo “razões da escolha do Mussulo ” e as variáveis independentes em estudo, definimos as hipóteses nulas:

- As razões que levam à escolha do Mussulo para a prática do ecoturismo são idênticas para as diferentes faixas etárias. H_0 : as variáveis são independentes.
- As razões que levam à escolha do Mussulo para a prática do ecoturismo são idênticas para ambos os géneros. H_0 : as variáveis são independentes
- As razões que levam à escolha do Mussulo para a prática do ecoturismo são idênticas para os diferentes níveis profissionais. H_0 : as variáveis são independentes.
- As razões que levam à escolha do Mussulo para a prática do ecoturismo são idênticas para os diferentes níveis culturais, medidos pelas habilitações literárias. H_0 : as variáveis são independentes.
- As razões que levam à escolha do Mussulo para a prática do ecoturismo são idênticas para os turistas provenientes de diversas origens geográficas. H_0 : as variáveis são independentes.

Conclusões:

- Não rejeitamos a hipótese de que as razões que levam à escolha do Mussulo para a prática do ecoturismo sejam idênticas para as diferentes faixas etárias.
- Não rejeitamos a hipótese de que as razões que levam à escolha do Mussulo para a prática do ecoturismo sejam idênticas para ambos os géneros.
- Não rejeitamos a hipótese de que as razões que levam à escolha do Mussulo para a prática do ecoturismo sejam idênticas para os diferentes níveis profissionais.
- Não rejeitamos a hipótese de que as razões que levam à escolha do Mussulo para a prática do ecoturismo sejam idênticas para os diferentes níveis culturais, medidos pelas habilitações literárias. Contudo podemos acrescentar que:
 - “barcos de pesca” e “espécies de peixes” são um significativo motivo da atração para os detentores do ensino secundário e, em oposição, um motivo de repulsão para os do ensino superior.
 - A “tradição culinária” não se revela um significativo motivo de atração para os detentores do ensino superior.
- Não rejeitamos a hipótese de que as razões que levam à escolha do Mussulo para a prática do ecoturismo sejam idênticas para os turistas provenientes de diferentes áreas geográficas. Pudemos observar ainda que:
 - Os portugueses apreciam significativamente a “vegetação”;
 - Os chineses apreciam significativamente os “barcos a motor”;
 - Os brasileiros apreciam significativamente as “paisagens paradisíacas”.

Quanto ao quarto grupo “Identificar os benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo” e as variáveis independentes em estudo, definimos as hipóteses nulas:

- Os benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo são idênticos para as diferentes faixas etárias. H_0 : as variáveis são independentes.
- Os benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo são idênticos para ambos os géneros. H_0 : as variáveis são independentes.
- Os benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo são idênticos para os diferentes níveis profissionais. H_0 : as variáveis são independentes
- Os benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo são idênticos para os diferentes níveis culturais, medidos pelas habilitações literárias. H_0 : as variáveis são independentes.
- Os benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo são idênticos para os turistas provenientes de diversas origens geográficas. H_0 : as variáveis são independentes.

Conclusões:

- Não rejeitamos a hipótese de que os benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo sejam idênticos para as diferentes faixas etárias.
 - Curiosamente verificamos que os indivíduos com idade superior a 45 anos consideram significativamente benéfica a existência de “bares”.
- Não rejeitamos a hipótese de que os benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo sejam idênticos para ambos os géneros.
 - Os homens relevam, de forma significativa, os benefícios económicos em oposição à ideia das mulheres que minorizam significativamente este benefício do ecoturismo para o Mussulo.
- Não rejeitamos a hipótese de que os benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo sejam idênticos para os diferentes níveis profissionais.

- Não rejeitamos a hipótese de que os benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo são idênticos para os diferentes níveis culturais, medidos pelas habilitações literárias.
 - Verificamos que os detentores do ensino superior relevam de forma significativa a existência dos *bungalows* como benefício incontornável.
- As variáveis “benefícios para o Mussulo” e “país de origem” do turista não são independentes: cada grupo associa os benefícios a itens diferentes.
 - Os angolanos relevam significativamente os “benefícios económicos” e menorizam a “fauna”.
 - Os portugueses valorizam significativamente os “bares”, a “fauna” e a “flora”, menorizando a importância da “promoção da educação ambiental”.
 - Os chineses relevam significativamente o benefício da “conservação ambiental e cultural”.

Tabela 23 - Benefícios do Ecoturismo para o Mussulo - País de origem Crosstabulation

Benefícios do Ecoturismo para Mussulo * País de origem Crosstabulation						
		País de Origem				Total
		Angola	Portugal	China	Brazil	
Assistência em parques e áreas protegidas	Count	4	0	1	1	6
	Expected Count	4,7	0,9	0,3	0,2	6,0
	Adjusted Residual	-0,7	-1,0	1,4	1,9	
Bares	Count	19	8	0	1	28
	Expected Count	21,8	4,1	1,3	0,9	28,0
	Adjusted Residual	-1,3	2,2	-1,2	0,1	
Benefícios Culturais	Count	51	7	5	1	64
	Expected Count	49,7	9,3	2,9	2,1	64,0
	Adjusted Residual	0,4	-0,9	1,4	-0,8	
Benefícios Económicos	Count	47	3	0	1	51
	Expected Count	39,6	7,4	2,3	1,6	51,0
	Adjusted Residual	2,7	-1,9	-1,7	-0,6	
Benefícios Sociais	Count	35	7	0	2	44
	Expected Count	34,2	6,4	2,0	1,4	44,0
	Adjusted Residual	0,3	0,3	-1,5	0,5	
Bungalows	Count	13	4	0	1	18
	Expected Count	14,0	2,6	,8	0,6	18,0
	Adjusted Residual	-0,6	1,0	-1,0	0,6	
Conservação Ambiental e Cultural	Count	58	10	8	3	79
	Expected Count	61,4	11,5	3,6	2,5	79,0
	Adjusted Residual	-1,0	-0,5	2,7	0,3	
Fauna	Count	7	6	0	0	13
	Expected Count	10,1	1,9	0,6	0,4	13,0
	Adjusted Residual	-2,1	3,3	-0,8	-0,7	
Flora	Count	17	8	1	0	26
	Expected Count	20,2	3,8	1,2	0,8	26,0
	Adjusted Residual	-1,6	2,4	-0,2	-1,0	-1,6
Promoção da Educação Ambiental	Count	38	1	2	2	43
	Expected Count	33,4	6,2	2,0	1,4	43,0
	Adjusted Residual	1,8	-2,4	0,0	0,6	
TOTAL	Count	289	54	17	12	372
	Expected Count	289,0	54,0	17,0	12,0	372,0

Tabela 24 - Teste do Qui-Quadrado

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	53,280 ^a	27	0,002
Likelihood Ratio	56,269	27	0,001
Linear-by-Linear Association	0,061	1	0,805
N of Valid Cases	372		
a. 26 cells (65,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,19.			

Relativamente ao quinto grupo “identificar e medir a intensidade dos fatores que satisfazem o turista quando procura o Mussulo” e a sua relação com as variáveis independentes, atendendo aos dois fatores obtidos na análise fatorial, podemos agora testar a igualdade de médias dos níveis das variáveis independentes em cada um dos fatores obtidos. Os testes a realizar: t-test, para testar as médias dos dois níveis da variável nominal dicotómica “género” nas variáveis contínuas, normais e estandardizadas correspondentes a cada um dos fatores; Anova para testar as médias dos níveis (>2) das variáveis independentes em cada fator.

Começamos por inverter o sentido dos fatores, multiplicando todos os elementos de cada fator por (-1), a fim de clarificar a obtenção dos resultados obtidos, traduzindo a satisfação em valores positivos e a insatisfação em valores negativos (lembramos que a escala inicial era 1- Muito satisfeito.... 5- Muito insatisfeito).

Definimos as hipóteses nulas:

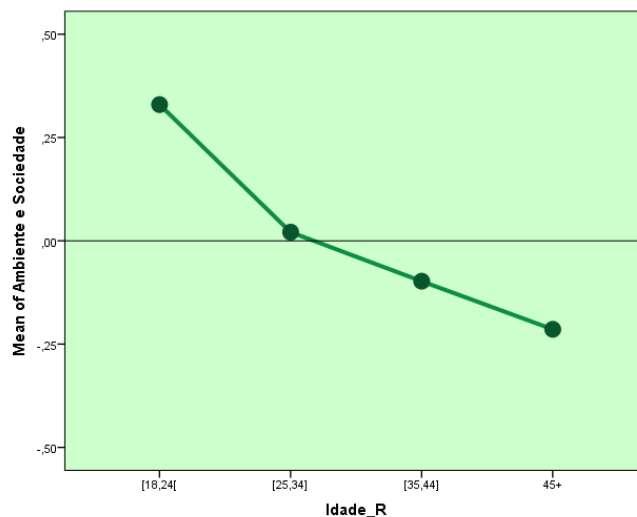
- As diferentes faixas etárias revelam idêntico nível de satisfação ao nível das componentes “desporto” e “ambiente e sociedade”.
- Ambos os géneros revelam idêntico nível de satisfação ao nível das componentes “desporto” e “ambiente e sociedade”.
- Os diferentes níveis profissionais revelam idêntico nível de satisfação ao nível das componentes “desporto” e “ambiente e sociedade”.

- Os diferentes níveis culturais, medidos pelas habilitações literárias revelam idêntico nível de satisfação ao nível das componentes “desporto” e “ambiente e sociedade”.
- Os ecoturistas provenientes de diversas origens geográficas revelam idêntico nível de satisfação ao nível das componentes “desporto” e “ambiente e sociedade”.

Conclusões:

- Não se detetam diferenças significativas, entre as diferentes faixas etárias, quer no que concerne à satisfação com o “Desporto” na zona do Mussulo, quer no que respeita ao “Ambiente e Sociedade”.
 - Verificamos que a satisfação com o ambiente e sociedade vai decaindo com a idade.

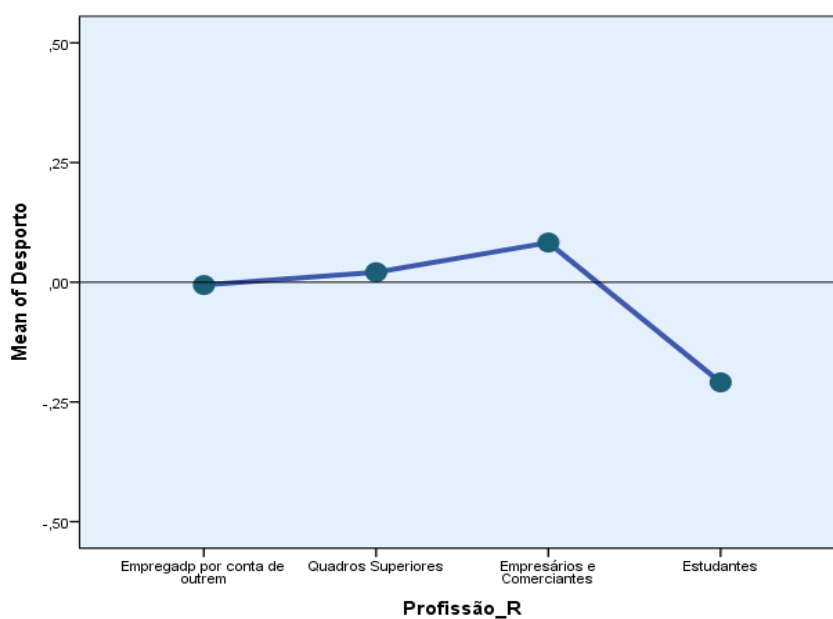
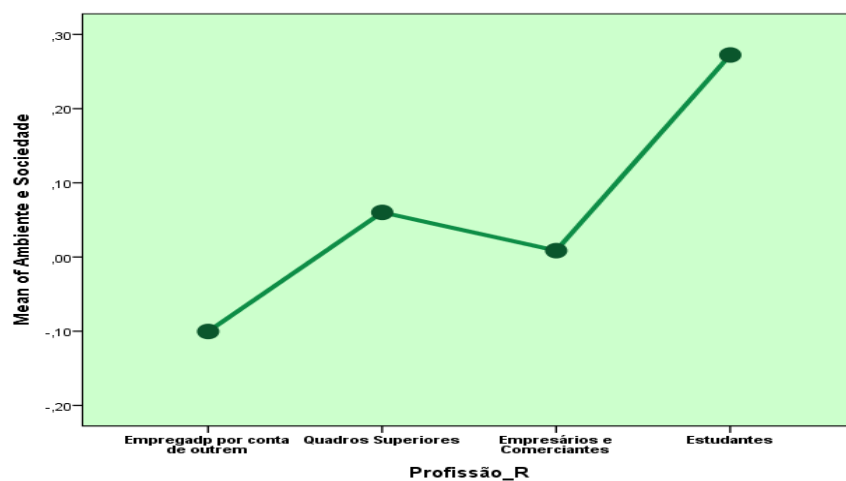
Gráfico 1 - Relação da Média do Ambiente e Sociedade com a Idade_R



- Não se detetam diferenças significativas, entre ambos os géneros, no tocante ao nível de satisfação quer com “desporto” quer com “ambiente natural” das condições encontradas na zona ecoturística do Mussulo.

- Não se detetam diferenças significativas entre os diferentes níveis profissionais ao nível da satisfação com o ecoturismo no Mussulo, traduzido nos fatores “desporto” e “ambiente e sociedade”.
 - Verificamos que os estudantes são o grupo mais insatisfeito com o “desporto” e o mais satisfeito com “ambiente e sociedade”.

Gráfico 2 - Relação da Média do Desporto com a Profissão_R e do Ambiente e Sociedade com a Profissão_R

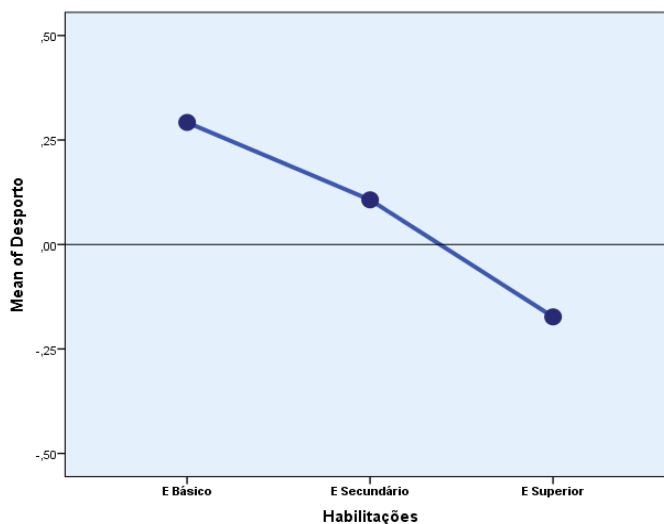


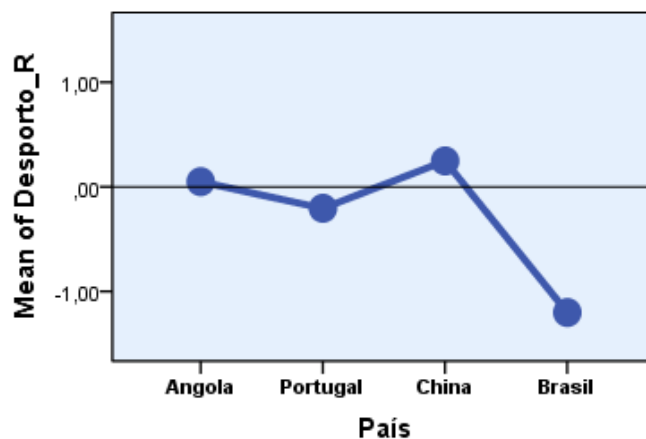
- Não se detetam diferenças significativas entre os grupos, correspondentes aos diferentes tipos de habilitações, no que respeita à componente desporto, embora possamos observar que os indivíduos do ensino básico e ensino secundário manifestem um maior nível de satisfação. No que concerne ao ambiente e sociedade, verificamos que há diferenças significativas de satisfação, sendo maior a dos indivíduos do ensino básico do que as do ensino superior.

Tabela 25 - Anova (Sig)

		N	Mean	Std. Dev	Anova (Sig)
Desporto	E Básico	16	0,2921	0,88194	0,108
	E Sec	50	0,1069	1,01238	
	E Superior	77	-0,1731	0,94004	
	E Total	143	-0,0232	0,96857	
Ambiente e Sociedade	E Básico	16	0,3621	0,82191	0,006
	E Sec	50	0,2257	0,91467	
	E Superior	77	-0,2483	0,98686	
	E Total	143	-0,0143	0,97326	

Gráfico 3 - Relação da Média do Desporto com as Habilitações e do Ambiente e Sociedade com as Habilitações



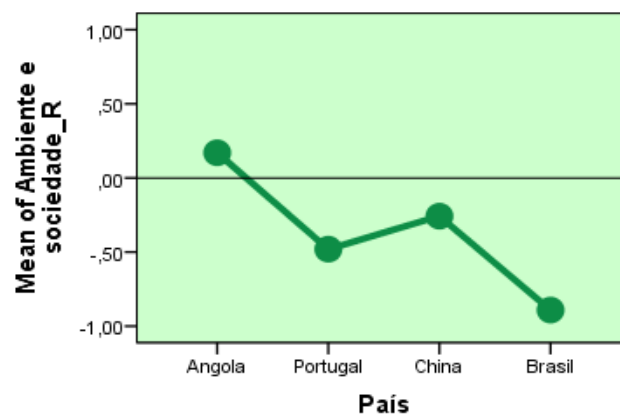
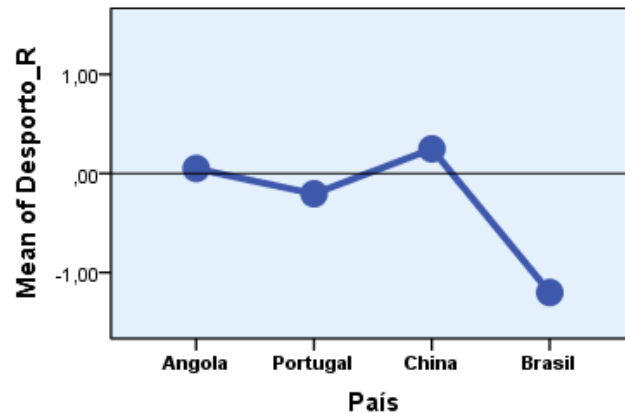


- Há diferenças significativas entre os grupos de ecoturistas angolanos, portugueses, chineses e brasileiros relativamente à forma como encaram a sua satisfação, quer com o desporto, onde angolanos e chineses têm perspetiva bem mais positiva que a dos brasileiros; quer a sua satisfação com o “ambiente e a sociedade”, onde angolanos continuam a manifestar-se bem mais positivos que os brasileiros.

Tabela 26 - Tabela Anova (Sig.)

		N	Mean	Std. Dev	Anova (Sig)
Desporto	Angola	110	0,0487	1,01840	0,036
	Portugal	24	-0,2061	0,70667	
	China	11	0,2473	0,47043	
	Brasil	4	-1,2010	0,49705	
	Total	149	-0,0112	0,95575	
Ambiente e Sociedade	Angola	110	0,1700	0,87550	0,003
	Portugal	24	-0,4807	1,23871	
	China	11	-0,2575	0,48863	
	Brasil	4	-0,8914	1,08984	
	Total	149	0,0051	0,96359	

Gráfico 4 – Média do Desporto em relação ao País e do Ambiente e Sociedade em relação ao País



Com base em todos os testes realizados, podemos agora retirar conclusões de forma objetiva e fundamentada.

4. CONCLUSÕES / RECOMENDAÇÕES

Esta investigação teve um duplo propósito: o significado do instrumento de colheita e análise de dados e o significado dos dados recolhidos. Quanto ao significado do instrumento testado, não nos limitamos aos elementos de estatística descritiva circunscrevendo as análises ao campo da quantificação com o agrupamento das respostas em frequências. Optámos pela realização da análise fatorial, tratamento estatístico mais robusto, que possibilitou agregar em dois fatores o conjunto dos itens representativos da satisfação dos inquiridos com as condições de ecoturismo encontradas no Mussulo. Mas fomos ainda mais longe e, quer pelo teste do Qui-quadrado, quer pelo t-test e Anova, procurámos outra informação contida nos dados que nos permitiu um conhecimento mais profundo das diferenças significativas entre os grupos.

Estamos agora em condições de dar resposta à pergunta de partida. O Mussulo é, efetivamente, um “Mercado Alvo” do ecoturismo na medida em que para além das condições naturais que detém, dá resposta às necessidades e características dos visitantes cujo perfil já definimos. “ A chave do branding, Mussulo, concentra-se num número limitado de áreas do setor turístico – especificamente no ecoturismo – onde está a desenvolver uma maior experiência.” (Kotler, P. & Keller, 2006). Cumprem-se assim, no pensamento deste mesmo autor, as palavras chave de marketing “Qualidade”, “Serviço” e “Valor”.

Relativamente ao conteúdo dos dados, vemos que o perfil dos inquiridos se enquadra no perfil do ecoturista descrito na literatura: indivíduos da classe média, cultos e jovens.

Tabela 27 - Profissão, Idade, Habilitações

Profissão_R * Idade_R * Habilitações Crosstabulation

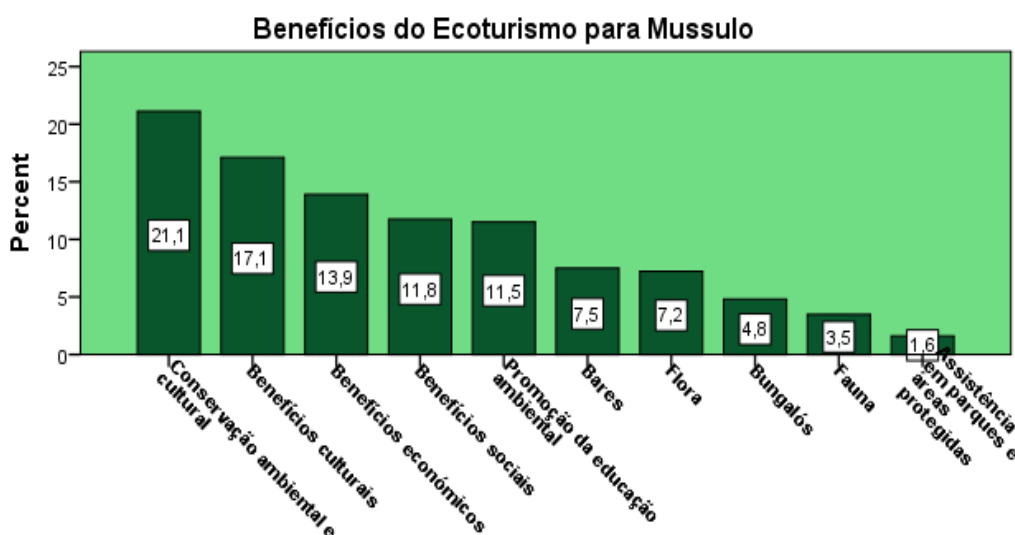
HABILITAÇÕES			IDADE				Total
			[18-24]	[25-34]	[35-44]	45+	
Ensino Básico	Profissão	Emp. p/c de outrem	1	6	3	4	14
		Quadros Superiores	0	2	0	0	2
		Total	1	8	3	4	16
Ensino Secundário	Profissão	Emp. p/c de outrem	4	9	5	2	20
		Quadros Superiores	2	3	3	2	10
		Empresários	2	5	3	3	13
		Estudantes	6	1	0	0	7
		Total	14	18	11	7	50
Ensino Superior	Profissão	Emp. p/c de outrem	1	16	8	5	30
		Quadros Superiores	5	10	12	8	35
		Empresários	0	4	1	2	7
		Estudantes	4	1	0	0	5
		Total	10	31	21	15	77
Totais	Profissão	Emp. p/c de outrem	6	31	16	11	64
		Quadros Superiores	7	15	15	10	47
		Empresários	2	9	4	5	20
		Estudantes	10	2	0	0	12
		Total	25	57	35	26	143

As questões relacionadas com a sustentabilidade ambiental, nas vertentes social, económica e ecológica, ficam bem expressas nas respostas à motivação para o consumo do ecoturismo e as razões que levam os inquiridos à sua prática: traduzem-se numa adesão significativa a atos como “conhecer e aprender sobre novas culturas e diferentes modos de vida”, “relaxar e apreciar o sossego da natureza”, “contemplan locais exóticos, antes que estes desapareçam”, “visitar territórios naturais, com baixa densidade populacional” e ainda no “gosto pela natureza”.

No que concerne à questão central do estudo – Mussulo, um mundo do ecoturismo – verificámos, através das “razões da escolha do Mussulo” e da “identificação dos benefícios resultantes da prática do ecoturismo no Mussulo”, que

as questões ecológicas e ambientais estão presentes, embora de forma diluída, na preferência por “praias atrativas”, “paisagens paradisíacas”, “tradição culinária” e “vegetação”. Contudo a maior parte dos inquiridos entende que o ecoturismo traz benefícios a este destino nomeadamente “conservação ambiental e cultural”, “benefícios culturais” e “benefícios económicos”.

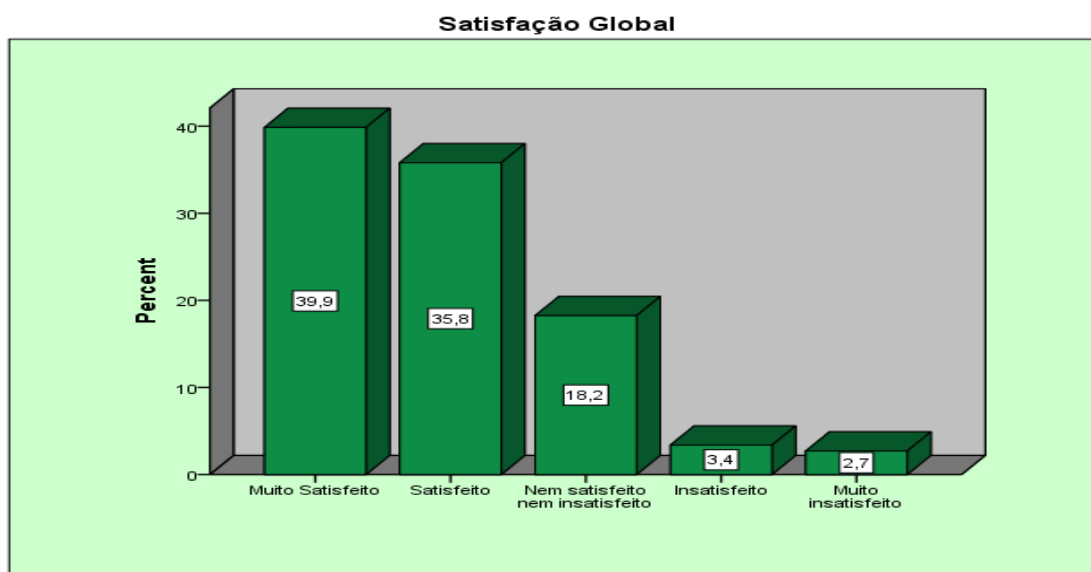
Gráfico 5 - Benefícios do Ecoturismo para o Mussulo



O conjunto e ordenação das várias respostas induz-nos a pensar que algo mais deve ser feito no sentido de colocar o Mussulo na senda do ecoturismo. Aparentemente há uma certa tendência de crescimento em dois polos que podem vir a revelar-se incompatíveis: “desportos náuticos” e “ecoturismo”. Os níveis de satisfação do turista com a sua visita ao Mussulo, traduzidas em dois fatores – “desporto” e “ambiente e sociedade”, são o reflexo do afirmado. Contudo constatámos níveis de satisfação situados entre o “Satisfeito” e “Muito Satisfeito”. Uma certeza resta, segundo Kotler, “as estatísticas ajudam a estudar o comportamento e as preferências dos consumidores, para dar-lhes o melhor serviço possível” (Kotler, P., 2006).

Neste sentido recomenda-se a sua aplicação nomeadamente ao nível das variáveis “pressão sobre recursos naturais”, “danos à vida selvagem” e poluição”.

Gráfico 6 - Nível de Satisfação Global



O nível de satisfação global é elucidativo: 39,9% dos inquiridos ficou muito satisfeito com a visita; 35,8% ficou satisfeito e só uma pequena percentagem (6,1%) ficou insatisfeita ou muito insatisfeita. Pudemos constatar algumas diferenças significativas entre os turistas angolanos que frequentam o Mussulo e os oriundos doutras paragens nomeadamente: ao nível dos benefícios, que os angolanos perspetivam numa ótica essencialmente economicista; ao nível da satisfação onde os angolanos sobrevalorizam o desporto.

Somos induzidos a pensar que começa a ser necessária uma definição política rigorosa do tipo de turismo a promover nesta área, recomendando que essa definição se traduza em legislação adequada. Para a construção de um Mussulo ecoturístico, será necessário: monitorização contínua de parâmetros de necessidades sentidas pela comunidade local e turística e dos níveis de satisfação; campanhas de educação ambiental; implementação de campanhas de marketing suficientemente agressivas que levem o produto “Mussulo Verde” a todo o mundo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antunes, A. P. M. (2012). *O Ecoturismo como Valorização do Território o Território - Contributos para o aumento da oferta turística existente na comunidade Internacional do Médio Tejo*. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas.
- Aoki, L. (2005). *Ecoturismo: Mercados atuais, desafios e tendências, obtido em 12 de Dezembro de 2010*.
- Boullon, R. (1990). *Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista*. México: Trillas Turismo.
- Brundtland, G. (1987). *Nosso futuro comum*. Oxford University Press - Reino Unido.
- Burnay, M. J. (2006). O Turismo Sustentável e o Turismo de Natureza - Constrangimentos e Oportunidades. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, n.º 6, 167–176.
- Butler, R. W. (1999). *Sustainable Tourism: A state-of-the-art review*. Tourism Geographies.
- Caetano, J., Soares, M., Dias, R., & Gouveia, T. (2008). *Marketing Ambiental*. (P. Editora, Ed.) (1.ª Ed.). Porto.
- Carvalho; Lourenço. (2009). *Turismo de Prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo*. Universidade da Beira Interior.
- Cater, E. (1994). *Ecotourism in the third world - Problems and Prospects for Sustainability*. In Cater, E e Lowman, G. (eds) - *Ecotourism: A Sustainable option?* Royal Geographical.
- COHEN, L.& MARION, L. (1994). (1994). *Action Research. Ethics and Research Methods in Education*. (Fourth Edi). London: Routledge.
- Cohen, E. (1978). *The impact of tourism on the physical environment*,. *Annals of Tourism Research*.
- Cooper et al, C. (2001). *Turismo, princípios e prática*. Porto Alegre: Bookman.
- Cunha. (2001). *Introdução ao Turismo* (1.ª Ed.). Lisboa: Editorial Verbo.
- Cunha, L. (1997). *Economia e Política de Turismo, Alfragide*. Editora de Mc Graw - Hill de Portugal, Lda.
- Cunha, L.-. (2003). *Introdução ao turismo* (2 ed). Lisboa: Verbo.
- Daly. (1993). Os perigos do livre comércio. *Scientific American*, 50–57.

- Decreto-Lei 54/2002 de 11 de Março, Pub. L. No. Diário da República, Série I-A de 2002-03-11 (2002).
- Dias, R. (2003). *Turismo Sustentável e meio ambiente*. São Paulo Atlas.
- Dinis, S. M. (2005). *O Ecoturismo: Um Instrumento para o Desenvolvimento Sustentável?* Universidade Técnica de Lisboa - Instituto Superior de Economia.
- Dominguez, Y. . (sem data). *Potencialidades del Turismo cultural para el desarrollo Turístico en las ciudades*.
- Dowling, R.L. Moore, S, A e Newsome, D. (2013). *Natural Area Tourism: Ecology Impacts and Management* (2.^a Edição). Ontario Canada: Channel View Publications (WP).
- E&M. (2016, Setembro). E&M Economia de Mercado - Um Percurso Deficitário. 144.
- Ecoclub. (2011). *Ecotourism newspaper*. Acedido a 26 de Março de 2015.
- Epler Wood e Halpenny, M. (2001). *Ecotourism: Principles, Practices, Policies for Sustainability*. Paris: UNEP/ The International Ecotourism Society.
- Fennell, D. (2008). *ECOTOURISM* (3.^a Ed.). Londres: Routledge.
- Fernando, M. (2015). *O Turismo em Angola - O caso específico da Planificação do Mussulo* (1.^a Ed.). Luanda: Mayamba Ed.
- Ferreira, L. F. (2003). *Ecoturismo Estágio no Brasil e Peru. Experiências em capacitação*. Universidade de São Paulo para a obtenção do grau de mestre.
- Figueira, V; Dias, R. (2011). *A Responsabilidade Social no Turismo*. Lisboa: Escolar Editora.
- Hair, J. F., Jr., A., R.E., T., & R.L. Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. (P. H. Jersey, New, Ed.) (5th ed.).
- Hector. (1996). *Tourism, ecotourism and protected areas: The World Conservation Union - IUCN - 1996*.
- HINTZE, H. (2007). *Guia de Turismo: formação e perfil profissional*. São Paulo: Ed. Roca, 2007. 146 p.
- Holden, A. (2008). *Environment and tourism* (2 ed.). New York: Routledge.
- J. Leonard, Lickorish, Carson L., J. (2000). *Una introducción al turismo, Síntesis Madrid*.
- Kabenda, N. (2016). Locais de Sonho na Conda. *Angola Turística - Infotur*, 2(2), 18–19.
- Kellert, S. R. (1993). *The biological basis for human values of nature*. In. S.R. Kellert & E. O. Wilson (Eds.), *The Biophilia hypothesis*. Island Press.
- Kotler, P., & K. (2006). *Administração de marketing*. (P. Hall, Ed.). São Paulo.

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2007). *Princípios de Marketing* (12.^a Ed.). São Paulo: Pearson - Prentice Hall.
- Kotler, P. & Keller, K. (2006). *Administração de Marketing* (12.^a Ed.). São Paulo: Pearson - Prentice Hall.
- Krippendorf, J. (1987). *THE Holiday makers: understanding the impact of leisure on travel*, Heinmann Professional Publishing Ltd. Great Britain.
- Lei Geral do Turismo n.º 9/15 de Junho, Pub. L. No. Constituição da República de Angola-I Série-N.º 87 (2015). Obtido de <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ang148315.pdf>
- Lindberg, K. (1991). *Policies for maximizing nature tourism's ecological and economic benefits*. USA: World Resource Institute.
- Lusa, A. (2017). Angola classifica capela secular construída por portugueses na ilha do Mussulo. *Observador*. Obtido de <http://observador.pt/2017/05/22/angola-classifica-capela-secular-construida-por-portugueses-na-ilha-do-mussulo/>
- Marôco, J. (2010). *Análise Estatística com o SPSS Statistics*. Pêro Pinheiro: Report Number.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. New York: Longman.
- Mayer-Arendt, K. (2004). *O turismo e o ambiente natural*. In A. A. Lew, C.M. Hall & A.M. William (Eds), *compêndio de turismo*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Mendes, J. (2016). TURIS ANGOLA - «Acreditamos que as bases da inovação estão nos centros de saber e conhecimento.» *Turis Angola*, 693(41), 8–9.
- Mill, Robert C, M. A. M. (1985). *Tourism, System - an introductory text*. Prentice Hall.
- Moniz, A. I. (2006). *A Sustentabilidade do Turismo em Ilhas de Pequena Dimensão: O caso dos Açores*. Ponta Delgada, Universidade dos Açores.
- Montejano, J. M. (1999). *Estructura y organización del Mercado turístico* (2.^a Ed.). Madrid: Síntesis.
- Mowforth, M., & Munt, I. (1998). *Tourism and Sustainability: New tourism in the third World*. London: Routledge.
- Nelson Prince Sherre e Pereira Maria Ester. (2004). *Ecoturismo - Práticas para um Turismo Sustentável*. Manaus - M: Editora Valer.
- OMT. (2002). Organização Mundial do Turismo [OMT] . (2002). *Tourism Horizon 2020: Prévisions Globales et Profils des Segments de Marché* World Tourism Organization. *World Tourism Organization, Volume 7*.
- Oram, M. B. (1995). *Towards a more desirable form of ecotourism. current issues*.

- Paiva, T., & Proença, R. (2011). *Marketing Verde*. (A. Editora, Ed.) (1.^a Ed.). Lisboa.
- Pardal, L. L. S. E. (2011). *Métodos e Técnicas de Investigação Social* (2.^a Edição). Porto: Areal Editores.
- Pestana, M; Gagueiro, J. (2014). *Análise de Dados para Ciências Sociais - A Complementaridade do SPSS* (6.^a Edição). Lisboa: Edições Sílabo.
- Pires, P. S. (2002). *Dimensões do ecoturismo*. São Paulo: Ed. Senac, 2002.
- Plog, S. : M. it a growth M. . . A. ! (1991). *Leisure Travel*. John Wiley and Sons Inc, United States.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and competitive strategies*. Wallingford: Wallingford: C.A.B. International.
- Popescu. (2007). *Ecotourism as a New sustainable Tourism Product*. In W.T. (WTO). World Tourism Organization.
- Ramos, M. V. (2005). *Aventura e turismo de aventura: faces mutantes*. In: TRIGO, L.G.G. *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. São Paulo: Editora Roca.
- Richard, G. (2007). *Cultural tourism - Global and Local Perspectives*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Rodrigues, J. M. (2004). (2004). *Ecoturista Assentamento: uma Agenda Sustentável para trabalhadores Rurais em Padre Bernardo - G.O. Monografia apresentada ao Centro de Excelência*. Universidade de Brasília.
- Romeril, M. (1985). Tourism and Environment: Towards a symbiotic relationship. *International Journal of Environmental Studies*, 25(4)(4), 215–218.
- Santos, C e Cabral, M. (2005). *Manual para o investidor em turismo de Natureza Vicentina - Associação para o desenvolvimento do Sudoeste Bensafrim*.
- Sarmiento, C. (2015). *Estudos Interculturais Aplicados - Textos, Turismos e Tipologias*. Porto: Vida Económica - Editorial SA.
- Sativa, C; Capinga, G; Chita, J. (2013). *Boletim Estatístico do Mercado Hoteleiro e Turístico em Angola*. Luanda - São Paulo - Município do Sambizanga: EAL - Edições de Angola. Lda.
- Serpa et al, A. Ministério do Turismo - Turismo de Sol e Praia: Orientações Básicas (2008).
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites, 16, n.º5.
- Simão Mengua e Capinga M. Teixeira Gomes. (2015). *República de Angola Ministério de Hotelaria e Turismo* (2016, ° ed.). Angola: Anuário das Estatísticas do Turismo 2015 Angola.

- Sustentare. (2009). Turismo Sustentável e a sua importância para o sector em Portugal. Acedido a 17 de Novembro de 2014.
- Suzuki, D., & Dressel, H. (2002). *Good news for a change: Hope for a troubled planet*. Toronto: Stoddart.
- The International Ecotourism Society. (2015). *The International Ecotourism Society - What is ecotourism?* Acedido a 25 de Fevereiro de 2015.
- UNEP. (1992). A Parceria Global para o Meio Ambiente e Desenvolvimento. Um Guia para a Agenda 21.
- Vieira, M. J. (2015). *Eventos e Turismo - Planeamento e Organização - Da teoria à prática*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- WCED. (1987). *Our common future*. United Nations. United Nations.
- Wearings, S. (2001). *Exploring Socio-cultural Impacts on Local Communities*. In: Weaver, D. (org). *The Encyclopedia of Ecotourism*. United Kingdom: Cabi Publishing, 2001.
- Weaver, D. B. (2004). *O turismo e o ilusório paradigma do desenvolvimento sustentável*. In: A. A. Lew, C.M. Hall & A.M. Williams (Eds.), *Compêndio de Turismo*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Wong, P. . (2004). *Impactos Ambientais do Turismo*. In A. Law, C.M. Hall & A. M. Williams (Eds.), *Compêndio de Turismo*. Lisboa: Instituto Piaget.

ANEXOS

Anexo I

Questionário



O presente questionário é parte integrante de um projeto de investigação destinado a compreender a perceção do ecoturismo em Angola. Neste sentido pretende-se conhecer a opinião dos turistas que praticam o ecoturismo. A sua participação é, assim, uma condição essencial para o sucesso desta iniciativa. Não existem respostas certas ou erradas. O que nos importa é a sua opinião sobre este assunto.

A informação recolhida será tratada confidencialmente e o anonimato será assegurado pela equipa de investigação

Idade: ☐ 18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-40 ☐ 45-54 ☐ 54-65 ☐ 65+

Género ☐ M ☐ F

Profissão

Habilitações Literárias

☐ Ensino Primário ☐ Ensino Básico ☐ Ensino Secundário ☐ Ensino Superior

País

☐ Angola ☐ Outro, indique...

Se 'Outro, indique...' indique:

Angola

☐ Bengo ☐ Kwanza Sul ☐ Kwanza Norte ☐ Huila ☐ Lunda Sul ☐ Uíge
☐ Bié ☐ Benguela ☐ Cunene ☐ Luanda ☐ Malanje ☐ Zaire
☐ Cuando Cubango ☐ Cabinda ☐ Huambo ☐ Lunda Norte ☐ Moxico

Viaja sozinho ☐ sim ☐ não

Quantas pessoas (Se não, viajam consigo quantas pessoas?)

Com quem viaja?

☐ Esposa/Marido ☐ Pais ☐ Filhos ☐ Amigos ☐ Outro, indique...

Se 'Outro, indique...' indique:

Face à lista infra indicada assinale no máximo 3 opções, de acordo com o perfil do Ecoturista no Mussulo. (Coloque 3 (x) nas seguintes opções).

☐ Turistas com preocupações ambientais ☐ Núcleo ativo dos turistas de natureza
☐ Ecoturista Rígido ☐ Turistas de natureza casuais
☐ Ecoturista Liberal ☐ Turistas com fortes motivações, interesses, posturas e valores
☐ Turista de natureza dedicados

Com que frequência pratica ecoturismo? (Assinale com uma (x) apenas uma opção).

☐ Esta é a primeira vez ☐ De 1 a 2 vezes por mês ☐ De 3 a 4 vezes por mês ☐ Mais de 4 vezes por mês

E no Mussulo? (Assinale com uma (x) apenas uma opção).

☐ Esta é a primeira vez ☐ De 1 a 2 vezes por mês ☐ De 3 a 4 vezes por mês ☐ Mais de 4 vezes por mês

Por que razão pratica ecoturismo no Mussulo?

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Gosta da Natureza | <input type="radio"/> Novos Desafios |
| <input type="radio"/> Descanso | <input type="radio"/> Influência de amigos |
| <input type="radio"/> Aventura | <input type="radio"/> Gostos Pessoais |
| <input type="radio"/> Observar a Natureza | <input type="radio"/> Prática crescente nos últimos anos |
| <input type="radio"/> Experimentar coisas novas | <input type="radio"/> Buscar a paz |

Face à lista infra indicada indique os fatores que satisfazem o turista na procura do Mussulo (coloque um x em cada uma das opções). (Esta questão dar-nos-á resposta à determinação do nível de satisfação dos praticantes do ecoturismo no Mussulo). (assinale com uma (x) a resposta que considerar mais apropriada ao seu caso particular)

	Muito satisfeito	Satisfeito	Nem satisfeito nem insatisfeito	Insatisfeito	Muito insatisfeito
Mangues e Coqueiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Praias amplas de areia e deserto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Águas calmas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desportos náuticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barcos a motor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diversidade biológica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parques nacionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reservas naturais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunidades Locais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades Tradicionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Qual a motivação para o consumo do Ecoturismo? (Selecione um máximo de 5 opções por ordem decrescente de importância: 1 – mais importante; 5 menos importante)

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Conhecer e aprender sobre novas culturas e diferentes modos de vida | <input type="radio"/> Visitar territórios naturais, com baixa densidade populacional |
| <input type="radio"/> Viajar com o intuito de um baixo ou nenhum impacto | <input type="radio"/> Aumentar os seus conhecimentos relativamente à fauna e flora |
| <input type="radio"/> Contemplar locais exóticos, antes que estes desapareçam | <input type="radio"/> Interagir com as comunidades locais |
| <input type="radio"/> Contribuir para a melhoria da economia local | <input type="radio"/> Aumentar a confiança através de atividades desafiadoras |
| <input type="radio"/> Aventura, fruição e usufruto dos espaços naturais | <input type="radio"/> Relaxar e apreciar o sossego da natureza |
| <input type="radio"/> Sentimento de retribuição / voluntariado / criar a mudança | <input type="radio"/> Outro, indique... |

Se 'Outro, indique...' indique:

Face à lista infra indicada assinale no máximo 3 benefícios relativos à prática do Ecoturismo no Mussulo. (coloque mais do que uma (x) nas seguintes opções, no máximo 3):

- | | | | |
|---|--|---|---|
| <input type="radio"/> Benefícios económicos | <input type="radio"/> Conservação ambiental e cultural | <input type="radio"/> Bares | <input type="radio"/> Lagos |
| <input type="radio"/> Benefícios sociais | <input type="radio"/> Flora | <input type="radio"/> Bangalós | <input type="radio"/> Montanhas |
| <input type="radio"/> Benefícios culturais | <input type="radio"/> Fauna | <input type="radio"/> Selva tropical | <input type="radio"/> Outro, indique... |
| <input type="radio"/> Assistência em parques e áreas protegidas | <input type="radio"/> Promoção da Educação Ambiental | <input type="radio"/> Planícies férteis | |

Se 'Outro, indique...' indique:

O que o levou a escolher o Mussulo? (Assinale com uma (X) no máximo 3 razões que o levaram a escolher o Mussulo).

- | | | | |
|--|--|--|---|
| <input type="radio"/> Praias atrativas | <input type="radio"/> Mundo das artes | <input type="radio"/> Espécies de peixe | <input type="radio"/> Outro, indique... |
| <input type="radio"/> Vegetação | <input type="radio"/> Barco de pesca | <input type="radio"/> Vida noturna | |
| <input type="radio"/> Animais selvagens | <input type="radio"/> Barco a motor | <input type="radio"/> Hotéis | |
| <input type="radio"/> Tradição culinária | <input type="radio"/> Processo de mudança social | <input type="radio"/> Paisagens Paradisiacas | |

Se 'Outro, indique...' indique:

Face à lista infra indicada qual é a satisfação em geral com o ecoturismo no Mussulo?. Esta questão dar-nos-á resposta à determinação do nível de satisfação dos praticantes do ecoturismo no Mussulo. (assinale com uma (x) a resposta que considerar mais apropriada ao seu caso particular)

	Muito satisfeito	Satisfeito	Nem satisfeito nem insatisfeito	Insatisfeito	Muito insatisfeito
Mangues e Coqueiros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Praias amplas de areia e deserto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Águas calmas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desportos náuticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Barcos a motor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diversidade biológica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parques nacionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reservas naturais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunidades Locais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atividades Tradicionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Melhores espécies de peixes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em Geral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anexo II

Dados Estatísticos do Ministério de Hotelaria e Turismo, GEPE, SME

Gráfico 7 - Percentagem de Chegadas de Turistas por Regiões em 2015

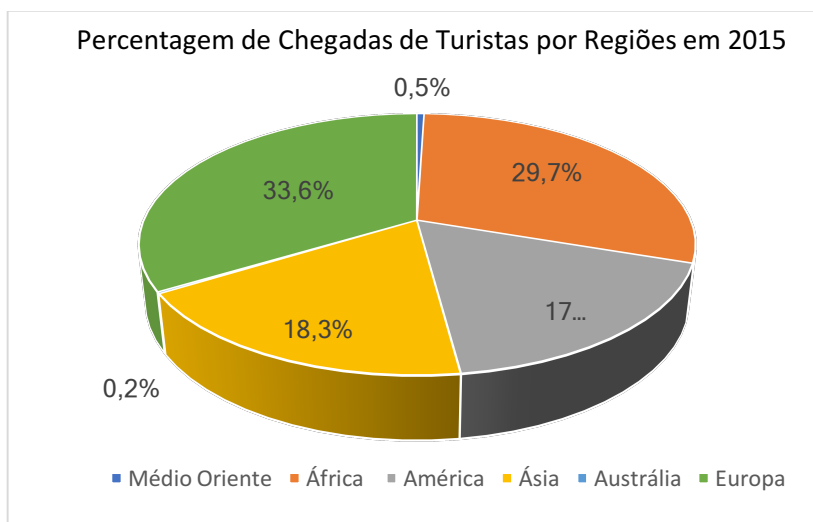


Tabela 28 - Variação de chegadas de turistas por regiões no biénio 2014 a 2015

REGIÕES	Chegadas por biénio		VARIAÇÃO %
	2012 / 2013	2014 / 2015	
África	397 671	283 291	-28,8
América	141 855	188 711	33,0
Ásia	216 998	180 433	-16,9
Austrália	3 290	1 928	-41,4
Europa	408 143	525 097	28,7
Médio Oriente	10 209	8 033	-21,3
Total Geral	1 178 166	1 187 493	0,8

Tabela 29 - Variação de chegadas de turistas por regiões em 2015

REGIÕES	Anos		VARIAÇÃO %
	2014	2015	
África	107 269	176 022	64,1
América	83 605	105 106	25,7
Ásia	72 294	108 139	49,6
Austrália	950	978	2,9
Europa	325 970	199 127	-38,4
Médio Oriente	4 910	3 123	-36,9
Total Geral	594 998	592 495	-0,4

Fonte: Serviço de Migração e Estrangeiros

Tabela 30 - Rede hoteleira e similar em funcionamento por província em 2015

PROVÍNCIAS	HOTEIS	APART HOTEL	ALBERGARIA	PENSÕES	ALDEAMENTO TURÍSTICOS	COMPARTIMENTO TURÍSTICOS	POUSADA	HOSPEDARIAS	MOTEL	ESTALAGEM	RESTAURANTE	AVT	TOTAL
Bengo	1	0	0	4	0	0	2	6	0	0	30	0	43
Benguela	21	8	0	78	2	0	9	86	0	0	1275	0	1479
Bié	1	0	0	13	0	0	0	11	0	0	13	0	38
Cabinda	8	7	0	23	4	0	0	7	0	0	87	0	136
Cunene	2	0	0	36	0	0	0	8	0	0	168	0	214
Huambo	8	3	0	43	0	4	0	32	0	0	126	0	216
Huíla	9	0	0	15	15	0	0	74	0	0	717	0	830
Cuanza N.	3	0	0	14	0	0	0	0	0	0	48	0	65
Cuanza S.	17	0	4	29	2	1	3	56	0	0	196	0	308
Cuando Cubango	3	0	0	9	1	0	0	5	0	0	68	0	86
Luanda	93	8	40	159	46	0	0	220	0	4	1566	155	2291
Lunda Norte	0	0	0	16	0	0	0	0	0	0	50	0	66
Lunda Sul	1	0	0	12	0	4	1	2	0	0	11	0	31
Malanje	6	0	0	8	0	0	0	14	0	0	57	0	85
Moxico	5	0	0	9	0	0	0	5	0	0	17	0	36
Namibe	3	0	0	16	0	0	0	18	0	0	157	5	199
Uíge	4	0	0	34	0	0	0	37	0	0	113	0	188
Zaire	11	1	0	17	0	1	0	0	0	0	37	0	67
Total	196	27	44	535	70	10	15	581	0	4	4736	160	6378

Fonte: GEPE DO MINHOTUR e Direcções Provinciais do C. Hotelaria

Tabela 31 - Classificação da rede hoteleira por Província em 2015

Províncias	Categoria					Total
	1 Estrela	2 Estrelas	3 Estrelas	4 Estrelas	5 Estrelas	
Bengo	1	0	0	0	0	1
Benguela	4	6	8	3	0	21
Bié	0	1	0	0	0	1
Cabinda	3	3	2	0	0	8
Cunene	0	2	0	0	0	2
Huambo	1	4	2	1	0	8
Huíla	3	2	2	2	0	9
Cuanza Norte	0	1	1	1	0	3
Cuanza Sul	6	3	8	0	0	17
Quando Cubango	0	2	1	0	0	3
Luanda	31	27	25	7	3	93
Lunda Norte	0	0	0	0	0	0
Lunda Sul	0	0	1	0	0	1
Malanje	2	3	1	0	0	6
Moxico	3	0	2	0	0	5
Namibe	0	1	1	1	0	3
Uíge	2	1	0	1	0	4
Zaire	7	2	1	1	0	11
TOTAL GERAL	63	58	55	17	3	196

Fonte: Gepe do Minhotur e Direções Provinciais do C. Hotelaria e Turismo

Tabela 32 - Número total de turistas por província em 2015

Angola (Províncias)	Quartos	Camas	N.º Total de Turistas
2015	24.033	32.158	592.495
Luanda	12.575	18.729	345.072
Zaire	672	831	15.310
Uíge	649	748	13.781
Namibe	606	744	7.983
Moxico	335	429	7.904
Malanje	412	486	8.954
Lunda Sul	387	513	9.451
Lunda Norte	80	90	1.658
Cuando Cubango	507	573	10.557
Cuanza Sul	988	1207	26.841
Cuanza Norte	294	300	5.527
Huíla	1258	1461	26.918
Huambo	485	598	11.017
Cunene	214	250	4.606
Cabinda	430	562	10.354
Bié	320	343	6.319
Benguela	3427	3850	70.934
Bengo	334	444	8.180

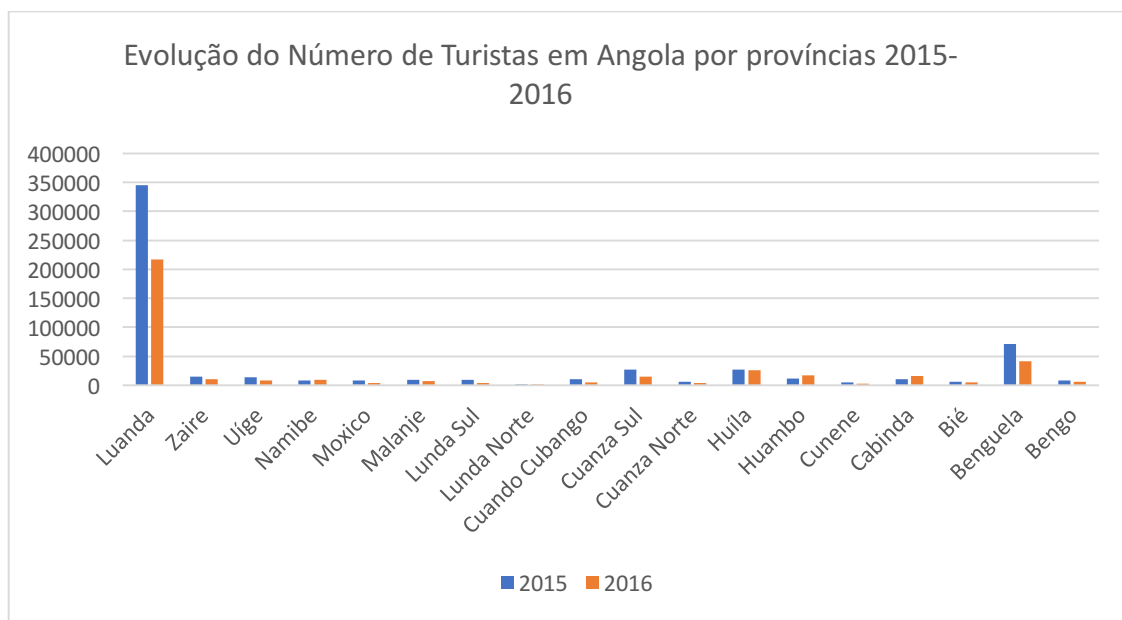
Fonte: Gepe do Minhotur e Direções Provinciais do C. Hotelaria e Turismo

Tabela 33 - Número total de turistas por província em 2016

Angola (Províncias)	Quartos	Camas	N.º Total de Turistas
2016	24,751	33.534	397.485
Luanda	12 161	18 278	216.652
Zaire	730	917	10.869
Uíge	591	653	7.740
Namibe	728	756	8.961
Moxico	295	346	4.101
Malanje	488	594	7.040
Lunda Sul	304	356	4.219
Lunda Norte	80	90	1.066
Cuando Cubango	331	388	4.599
Cuanza Sul	1053	1247	14.780
Cuanza Norte	227	293	3.472
Huíla	1754	2151	25.496
Huambo	1278	1402	16.618
Cunene	214	250	2.963
Cabinda	1108	1339	15.871
Bié	391	457	5.416
Benguela	2633	3501	41.498
Bengo	385	516	6.116

Fonte: Gepe do Minhotur e Direções Provinciais do C. Hotelaria e Turismo

Gráfico 8 - Evolução do Número de Turistas em Angola por províncias em 2015-2016



Fonte: Ministério da Hotelaria e Turismo

Anexo III – Tabelas de Estatística

Tabela 34 - Tabela do KMO e Análise Factorial

KMO	Análise Fatorial
1-0,9	Muito boa
0,8-0,9	Boa
0,7-0,8	Média
0,6-0,7	Razoável
0,5-0,6	Má
<0,5	Inaceitável

Fonte: Análise de Dados para CS (pág.521)

Tabela 35 - Alpha de Cronbach

Alpha	Consistência Interna
>0,9	Muito Boa
0,8 - 0,9	Boa
0,7 - 0,8	Razoável
0,6 – 0,7	Fraca
>0,6	Inadmissível

Fonte: Análise de Dados para CS (pág.531)

Tabela 36 – Rotated Component Matrix

Rotated Component Matrix^a		
	Component	
	1	2
Melhores espécies de peixes	,742	,103
Desportos Nauticos	,715	,211
Mangues e Coqueiros	,687	,071
Atividades Tradicionais	,668	,399
Águas Calmas	-,096	,777
Praias amplas de areia e deserto	,236	,652
Diversidade Biológica	,451	,644
Comunidades Locais	,479	,560
Reservas naturais	,529	,544
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.		
a. Rotation converged in 3 iterations.		

Tabela 37 – Reliability Statistics – Fator 1 - Desporto

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,731	4

Tabela 38 - Reliability Statistics – Fator 2 - Ambiente e Sociedade

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,759	5